

**TELEVİZYON HABERCİLİĞİNİN
ETİK SORUNLARI
HABERCİLİK İLKELERİ VE
UYGULAMALARI AÇISINDAN
BİR DEĞERLENDİRME
Gülendam UYGUÇGİL
(Yüksek Lisans Tezi)
Eskişehir-2004**

TELEVİZYON HABERCİLİĞİNİN ETİK SORUNLARI
HABERCİLİK İLKELERİ VE UYGULAMALARI AÇISINDAN
BİR DEĞERLENDİRME

Gülendam UYGUÇGİL

YÜKSEK LİSANS TEZİ
Basın Yayın Anabilim Dalı
Danışman: Yard.Doç.Dr. Semra AKDEMİR

Eskişehir
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
Temmuz 2004

YÜKSEK LİSANS TEZ ÖZÜ

TELEVİZYON HABERCİLİĞİNİN ETİK SORUNLARI HABERCİLİK İLKELERİ VE UYGULAMALARI AÇISINDAN BİR DEĞERLENDİRME

Gülendam UYGUÇGİL
Basın Yayın Anabilim Dalı
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Temmuz 2004
Danışman: Yard. Doç. Dr. Semra AKDEMİR

Kitle iletişim araçları içinde televizyon, yapısal özelliklerinden kaynaklanan bir takım üstünlükleriyle, haberleri görsel, işitsel, hızlı ve hatta anında verebilen, geniş kitlelere ulaşabilen bir haber verme aracı konumuna gelmiştir. Televizyon haberlerini, öne çıkaran görsel-işitsellik ve hızlilik gibi unsurların yanı sıra, giderek ticarileşen yayıncılık anlayışının beraberinde getirdiği bir takım yeni boyutlar, haberin geleneksel tanımlarının ve değerlerinin değişmesine ve etik sorunların artmasına neden olmuştur.

Televizyon haberlerinin, kamuoyunu doğru, çok boyutlu, hızlı ve güvenilir bir şekilde bilgilendirmesi, dolayısıyla kamusal bir hizmet görmesi beklenmektedir. Ancak giderek artan oranda kar, rekabet gibi unsurların yayıncılık alanına egemen olmaya başlaması, yayıncılık alanında yaşanan tekelleşme, televizyon haberinin ticari kazanç sağlaması beklenen bir yatırım alanına dönüşmesine neden olmuştur. Televizyon haberlerinin değerini ölçmede tek belirleyici unsur olarak izlenme oranlarının alınması, haberlerde magazin ve sansasyonel olaylara önem verilerek, haber kalitesinin düşüşünü de beraberinde getirmiştir. Televizyon haber çalışanlarının kişilik haklarına ve özel yaşama müdahale, gerçeği tam olarak araştırmama, kamuoyuna karşı olan sorumluluklarını göz ardı etme gibi etik dışı davranışları, kamuoyunda televizyon haberlerine duyulan güvenin giderek azalmasına neden olduğu düşünülmektedir.

Televizyon haberciliğine duyulan güvenin tekrar kazanılabilmesi amacıyla, yaşanan etik sorunların ve bu sorunların temelinde yatan etik boyutların neler olduğunun doğru bir şekilde ortaya konması gerekmektedir. Yayıncılık alanında yaşanan tekelleşmenin önlenmesi, kamusal hizmet anlayışının yeniden sorgulanması, hukuksal düzenlemelerin gözden geçirilmesi, çalışanların sorunlarına yönelik çözüm yollarının geliştirilmesi ve en önemlisi özdenetimsel ilkelerin hayata geçirilmesi etik sorunların giderilmesi yolunda önemli bir sürecin başlangıcı olacaktır.

ABSTRACT

ETHIC PROBLEMS IN TELEVISION NEWS BROADCASTING
AND AN EVALUATION FROM THE VIEW POINT OF
NEWS BROADCASTING PRINCIPALS AND PRACTICE

Gülendam UYGUÇGİL
Press & Broadcasting Division
Anadolu University Social Sciences Institute, July 2004
Supervisor: Assist. Prof. Semra AKDEMİR

In mass communication media, television become a most important news report tool. Results from its structural properties television has specific superiorities, like visual, audio capabilities, so it can report the news wide amount of people rapidly and also immediately. As well as visual-audio capabilities and rapidness, television news broadcasting transform it into a commercial phenomenon. Therefore, this changes traditional values and descriptions of news broadcasting, and ethic problems begin to increase.

Television news must inform public truly, multi-dimensional, rapidly, and reliable, consequently a public service is expected. Concepts like profit, competition began to dominate television news broadcasting, and monopoly on broadcasting sector, transform television news into profitable investments. Choosing “rating-ratio” as the only parameter in measurement of the worth of the television news, causes decrease of news quality, because the importance is given to sensational and magazine events. Some immoral behaviors like, to interrupt personal rights and private life, not to explore the truth, and forget the responsibilities to the public, causes distrust of audience to television news.

To win the audience confidence back to the television news, ethic problems, and the fundamentals of them must be exposed straightly. On the other hand, to stop the monopoly on broadcasting, to interrogate the public service comprehension, to look over the law arrangements, to develop solutions for the problems of media workers, and the most important one to bring the principles of self-inspection into life can be a beginning of a process to remove the ethic problems.

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Gülendam UYGUÇGİL'in "Televizyon Haberciliğinin Etik Sorunları-Habercilik İlkeleri ve Uygulamaları Açısından Bir Değerlendirme" başlıklı tezi 6 Temmuz 2004 tarihinde, aşağıdaki jüri tarafından Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca, **Basın ve Yayın** Anabilim Dalında, yüksek lisans tezi olarak değerlendirilerek kabul edilmiştir.

İmza

Üye (Tez Danışmanı) : Yrd.Doç.Dr.Semra AKDEMİR
Üye : Doç.Dr.Nedim GÜRSES
Üye : Yrd.Doç.Dr.İzlem VURAL

Prof.Dr.Nurhan AYDIN
Anadolu Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü



ÖNSÖZ

“Televizyon Haberciliğinin Etik Sorunları-Habercilik İlkeleri ve Uygulamaları Açısından Bir Değerlendirme” adlı bu yüksek lisans tezi toplam beş bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde televizyon haber etiğinde temel kavramlar, ikinci bölümde televizyon haberciliğinin gelişim süreci, üçüncü bölümde televizyon haberciliğinin etik boyutları, dördüncü bölümde televizyon haberciliğinde etik sorunlar, beşinci bölümde ise, Türkiye’de televizyon yayıncılığının düzenlenmesi sürecinin etik açıdan değerlendirilmesi yer almaktadır.

Tezin yazım sürecinin her aşamasında titiz eleştiri ve görüşleri ile beni yönlendiren ve yardımını esirgemeyen danışmanım Yard.Doç.Dr. Semra AKDEMİR’e teşekkürü bir borç bilirim.

Bu çalışmanın gerçekleşmesi sırasında, benden yardımlarını esirgemeyen arkadaşlarım Figen Yazıcı’ya, Özlem Ataman’a, Berrin Özkanal’a ve tüm iş arkadaşlarıma, desteklerinden ötürü eşim Hakan’a ve bana varlığıyla güç veren sevgili oğlum Bora’ya da çok teşekkür ederim.

Eskişehir, 2004

Gülendam UYGUÇGİL

İÇİNDEKİLER

ÖZ.....	ii
ABSTRACT.....	iii
JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI.....	iv
ÖNSÖZ.....	v
ÖZGEÇMİŞ.....	vi
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

TELEVİZYON HABER ETİĞİNDE TEMEL KAVRAMLAR

1. HABERCİLİK MESLEĞİNE İLİŞKİN SORUNLARIN ÇÖZÜMÜNDE ETİĞİN ROLÜ.....	6
2. TEMEL ETİK KAVRAMLARININ TELEVİZYON HABERCİLİĞİNDEKİ YANSIMALARI.....	9
2.1. Erdem ve Onur.....	9
2.2. İyi ve Yararlı Eylem.....	12
2.3. Adalet.....	15
3. KOD VE ETİK.....	18
4. GAZETECİLİKTE NİTELİĞİN ARTIRILMASI.....	22

İKİNCİ BÖLÜM

TELEVİZYON VE HABERCİLİĞİN GELİŞİM SÜRECİ

1. TELEVİZYONUN ORTAYA ÇIKIŞI.....	26
1.1. 1950-1970 Dönemi.....	28
1.2. Murrow Dönemi.....	32
1.3. 1980 Dönemi.....	34
1.4. 1990 Dönemi.....	36
1.5. 2000'li Yıllar.....	38

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TELEVİZYON HABERLERİNDE ETİK BOYUTLAR

1. TELEVİZYON HABERLERİNİN YAPISAL ÖZELLİKLERİ AÇISINDAN ETİK BOYUTLAR.....	41
1.1. Görselliğin Önemi.....	41
1.2. Televizyon Haberinin Dili.....	45

1.3. Televizyon Haberlerinde Ses ve Müziğin Kullanımı	47
1.4. Televizyon Haberlerinde Sürenin Önemi.....	49
1.5. Televizyon Haberlerinde Mekanın Düzenlenmesi	51
2. HABER VE HABER DEĞERİ AÇISINDAN ETİK BOYUTLAR	53
2.1. Televizyon Haberleri.....	53
2.2. Haber-Yorum Ayrımı	56
2.3. Haber-İlan-Reklam Ayrımı	58
3. HABER ÇALIŞANLARI VE İŞVERENLER AÇISINDAN ETİK BOYUTLAR	60
3.1. Televizyon Muhabirleri.....	60
3.2. Haber Sunucuları ya da Haber “Anchor”ları	64
3.3. Haber Editörleri ve Müdürleri.....	67
3.4. Televizyon Kanalı Sahipleri.....	69
4. İZLEYİCİLER AÇISINDAN ETİK BOYUTLAR.....	72
4.1. Televizyon Haberlerinin İzleyiciler Üzerindeki Etkileri.....	72
4.2. İzleyici Tercihleri ve Belirleyiciliği	74
5. TELEVİZYON HABERLERİNDE ÖZDENETİM.....	78
5.1. Özdenetimin Önemi	78
5.2. Değişik Ülkelerde Özdenetim Uygulamaları	81

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

TELEVİZYON HABERCİLİĞİNDE ETİK SORUNLAR

1. HABERİN İÇERİĞİNİ İLGİLENDİREN ETİK SORUNLAR.....	84
1.1. Taraf Olma ya da Nesnellikten Uzaklaşma.....	84
1.2. Gerçeklerin Araştırılmaması	86
1.3. Haberlerin Magazinel Hale Gelmesi	88
2. HABERLERE KONU OLAN KİŞİLER AÇISINDAN ORTAYA ÇIKAN ETİK SORUNLAR.....	91
2.1. Özel Yaşama ve Kişilik Haklarına Müdahale	91
2.2. Eleştiri Sınırlarının Aşılması.....	95
2.3. Haber Kaynakları ile İlişkiler	96
3. HABER KONULARINA GÖRE ETİK SORUNLAR	99

3.1. Terör Haberleri	99
3.2. Savaş Haberleri	102
3.3. Trajik Haberler	105
3.4. Şiddet ve Erotizm İçeren Haberler	106
3.5. Dış Haberler	108
4. EKONOMİK NEDENLERDEN KAYNAKLANAN ETİK SORUNLAR	110
4.1. Rating ve Kanallar Arası Rekabet	110
4.2. Ekonomik Nedenler ve Reklam Verenler	112
4.3. Para Karşılığı Haber Satın Alma	115
5. HABER SUNUMUNDAN KAYNAKLANAN ETİK SORUNLAR	117
5.1. Haberlere Katılan Konuklar ya da “Uzmanlar”	117
5.2. Canlı Yayın	118
5.3. Canlandırma Haberler	121
5.4. Haberde Gizli Kamera Kullanımı	123

BEŞİNCİ BÖLÜM

TÜRKİYE’DE TELEVİZYON YAYINCILIĞININ DÜZENLENMESİ SÜRECİNİN ETİK AÇIDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

1. TRT ÖNCESİ DÖNEM	126
2. TRT’NİN KURULUŞU VE KAMUSAL YAYINCILIK DÖNEMİ	127
2.1. İlk Yıllar	127
2.2. 1970 Dönemi	130
2.3. 1980 Dönemi	132
2.4. 1990’dan Günümüze Kadar Olan Dönem	135
3. ÖZEL TELEVİZYON YAYINCILIĞININ BAŞLAMASI	137
3.1. Başlangıç Dönemi	137
3.2. Televizyon Haberciliğinde Yaşanan Değişim ve Etik Sorunların Belirginleşmesi	140
3.3. 3984 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun ve Radyo Televizyon Üst Kurulu (RTÜK)	144
3.4. Televizyon Haberleri Hakkında RTÜK’e Gelen Şikayetler	147
SONUÇ	150
KAYNAKÇA	158

GİRİŞ

İletişim çağı olarak adlandırılan günümüzde, iletişimin özel bir türü olan kitle iletişimi, gelişen teknoloji ile birlikte her geçen gün yeni bir boyut kazanmaktadır. Kitle iletişim araçları içinde 1830'lara dayanan tarihiyle en eski ve köklü olanı gazetelerdir. Önceleri yerel nitelik taşıyan, günlük hayattaki ilginç yaşam öykülerini, içinde buldukları toplumun problemlerini ve kararlarını ele alan gazetelerin, zamanla haber geleneklerinden uzaklaşarak haber niteliklerini düşürmeye başlamaları üzerine, ahlak ilkelerine olan gereksinim açığa çıkmış ve yaşanan sorunlara paralel olarak çözüm amaçlı ahlak ilkeleri geliştirilmiştir.

Gazetecilik ahlak ilkeleri, mesleki bir bütünlük içerisinde hareket edilebilmesi ve toplumlara ihtiyaçları olan enformasyonun verilebilmesi için gazeteciliğe özgü hakları, görevleri, idealleri ve mesleki davranış kalıplarını tanımlayan ve denetleyen ilkelerdir. Hemen hemen her toplumda benzer ilkeler oluşturulmuş, anayasalarla, meslek yasalarıyla ya da yazılı olmayan pratiklerle beliren kurallar çerçevesinde hayata geçirilmişlerdir¹. Gazeteciliğin doğrudan toplumsal yaşamı ilgilendiren konuları ele alması dolayısıyla, özgürlük, yansızlık, dürüstlük mahremiyet gibi kaçınılmaz olarak ahlakla ilgili kavramlarla birlikte anılması ahlak kurallarının benimsenmesini kolaylaştırmıştır. Ayrıca, ahlak kuralları gazeteciliğin profesyonel bir meslek olarak adlandırılmasına da önemli katkılarda bulunmuştur.

Teknolojik alanda art arda yaşanan gelişmeler, gazeteleri büyük işletmeler haline getirirken, önce radyonun daha sonra da televizyonun ortaya çıkışını hızlandırmıştır. 1920'lerde başlayan radyo yayıncılığı, halk arasında büyük ilgiyle karşılanmış, düzenli olarak yayınları takip eden, büyük bir radyo dinleyici kitlesi yaratmıştır. 1930'lu yıllarda televizyon yayınlarının başlaması, radyonun popüleritesinde bir düşüş yaratmadığı gibi, 1940'ların ikinci yarısında radyo, geniş toplum kesimlerinin enformasyon almakta kullandıkları, oldukça yaygın bir kitle iletişim aracı konumunu sürdürmüştür. Televizyon önceleri eğlence amacı taşırken, kamu hizmeti yaptığı izlenimini pekiştirme yönünde olumlu bir adım olacağı düşüncesiyle, ilk defa 1948'de haber yayınlarına başlanmıştır. İlk dönemlerde, televizyon haberleri pek destek görmemiş, şova yönelik eğlendirici yaklaşımlarla habercilik alanında iddiasız bir tutum

¹ Semra Akdemir, "Gazetecilik Meslek Ahlakına Yönelik Olarak Uluslararası Alanda Ortaya Çıkan Yeni Gelişmeler ve Türkiye'deki Durum", **Kurgu Dergisi**, Sayı: 12 (1993), s. 215.

sergilemiş, radyo haberlerinden inanılır ve güvenilir isimlerin televizyon haberlerine geçmesiyle, 1950-1960 yılları arasında hızlı bir yükselişe geçmiştir. Artık pek çok kişi enformasyonu televizyondan alır hale gelirken, televizyon haberciliğine olan güven de giderek artış göstermiştir².

Televizyon haberlerine halkın gün geçtikçe artan ilgi ve güveni, televizyon haberciliğinin etkili bir araç olduğunun fark edilmesini sağlamış, değişik kesimlerin ve özellikle politikacıların ilgisini çekmeye başlamıştır. Haberleri denetlenme ve haber içeriklerinde etkin olma çabaları baş göstermiştir. Televizyon haberlerinin bu kadar hızlı bir şekilde toplumsal hayata girmesi bazı sorunları da beraberinde getirmiştir. Kanallar arası rekabetin artması sonucu izleyici çekme çabaları ve televizyon haberlerine gösterilen yoğun ilgiden güç alan televizyon habercileri, rekabet uğruna ciddi habercilik anlayışından ödün vermeye başlamış, sonuçta televizyon haberlerinde pek çok etik sorunun ortaya çıkması kaçınılmaz olmuştur.

Televizyon haberciliğinde yaşanan etik sorunlar, yazılı basın kurumsallaşmış ve neredeyse evrensel bir yapıya bürünmüş ahlak ilkelerinden yararlanılarak giderilmeye çalışılmışsa da, televizyonun doğasından kaynaklanan farklılıkların yarattığı sorunların giderilmesine hizmet edecek, televizyona özgü etik ilkelere ihtiyaç duyulmasını engelleyememiştir.

Televizyonun doğasından kaynaklanan sorunlar derken kastedilmek istenen, televizyonun hem görsel, hem de işitsel bir kitle iletişim aracı olması dolayısıyla, daha çok görselliğinin sağladığı avantajlarla, izleyicileri inandırma yolunda kolayca etkili olabilmesi ve bu özelliğini de sonuna kadar kullanmaya çabalamasıdır. Televizyon görsel ve işitsel özellikleriyle, yazılı basın ve radyonun çok önünde yerini alırken, yazılı basını da etkilemeye başlamıştır. Artık bir haber, televizyonda yer almadan önemsiz kabul edilmekte, ancak televizyon haberlerine konu olduktan sonra önemi artmaktadır.

Televizyon haberleri, ilginç, güncel olayları en çabuk şekilde izleyicilere aktarırken, hem görsel hem işitsel unsurları amacına göre düzenleyerek, izleyicinin görme ve işitme duyularına aynı anda hitap ederek, haberin kolay anlaşılmasını ve inandırıcı olmasını sağlamaktadır. İzleyiciler üzerindeki etkili olduğu kabul edilen televizyon haberciliğinin, siyasi yaşam üzerinde de potansiyel bir gücü olduğu ve içinde yer aldığı toplumun siyasal kültürünü etkilediği bilinmektedir.

² Marilyn J. Matelski, **TV Haberciliğinde Etik**. Çeviren: Bahar Öcal Düzgören. (İkinci Basım. İstanbul:Yapı Kredi Yayınları, 2000), s. 30-32.

Televizyon haberlerinin yarattığı etkileri ve dolayısıyla televizyonun gücünü bilen sermaye sahipleri için, televizyon kanalı sahibi olmak çok cazip görülmektedir. Büyük yatırımlar gerektiren televizyon yayıncılığı, ekonomik alanda değişik sektörlerde faaliyet gösteren büyük holdinglerin bünyesine katılmaktadır. Medya sahiplerinin, televizyon aracılığıyla elde ettikleri gücü, diğer alanlardaki yatırımlarından kazanç sağlamak amacıyla kullanabildikleri, diledikleri zaman hükümetlerin kararlarını değiştirmeye kadar varan girişimlerde bulunabildikleri düşünülmektedir. Televizyonu bir araç olarak kullanarak, çalışanlarından da kendi çıkarlarını korumaları doğrultusunda, etik dışı davranışlarda bulunmalarını isteyebildikleri ileri sürülmektedir.

Televizyon haber çalışanlarının işverenlerinin baskısını üzerlerinde hissettiklerinde, mesleki ilkeleri bir kenara bırakabildikleri, yorumları haber gibi sunarak, belli bir tarafı destekledikleri ya da eleştirdikleri yolunda düşünceler belirlemektedir. Habere gizli ya da açık reklam unsurunun girmesine izin verdikleri, işverenlerinin çıkarını kamu çıkarları üzerinde tutabildikleri, öncelikli görevleri olan kamuoyunu doğru, tarafsız haberler vererek aydınlatma ve kamu çıkarlarını koruma görevlerini tam olarak yerine getirmeyerek, izleyiciye karşı sorumluluklarını unutabildikleri, taraflı ve gerçekliği tam olarak araştırılmamış haberlerle izleyici aldatabildikleri, magazin haberlerle oyalanarak gerçekte öğrenmeleri gereken konulardan uzak tuttukları eleştirilerine hedef olmaktadır. Kimi zaman da haberlerde gizli kameralarla özel yaşamlarına girilen, eleştiri sınırları aşılarak, kişilik haklarına müdahalelerle karşılaşan kişiler görülmekte, bu görüntüler izleyenleri rahatsız etmektedir. Yine izleyicilerin terör haberlerinin sunumunda yaratılan tahriklerle kaos ve güvensizlik içine sürüklenebildikleri, savaş haberlerinin savaşı destekler tutumuyla savaşa taraf olabildikleri, trajik içerikli, şiddet ve erotizm içeren haberlere çok sık maruz kalarak, duyarsız ve tepkisiz hale gelebildikleri ileri sürülmektedir. Etik dışı habercilik anlayışının ürünü olan haberlerin, izleyicileri olumsuz yönde etkileyerek, yaşadıkları dünyanın kötü, güvensiz ve anlamsız olduğu duygusunu yarattığı savunulmaktadır.

İzleyiciler de televizyon haberlerinin belirlenme sürecine etki edebilmektedirler. İzleyici tercihlerini ölçmeye çalışan araştırma sonuçlarına göre haberlerine yön vermeye çalışan televizyon kanalları, izleyicilerin televizyonu daha çok eğlendirici bir araç olarak görme eğilimi taşıdıkları yargısından hareketle, haberlerin içeriğini eğlenceli ve

magazinel olaylarla doldurmaktadırlar. Oysa halkın isteklerine göre haber verilmesi anlayışı, kamusal sorumluluk taşıması gereken habercilik anlayışı ile bağdaşmamaktadır. Haberlere sansasyonel olanın hakim olmasıyla, çok fazla kan, şiddet, ceset görüntüleri ekranlardan verilirken, izleyicilerin, özellikle çocuklar ve gençlerin bu görüntülerden olumsuz yönde etkilendikleri düşünülmektedir.

Televizyonun doğası, işverenler, çalışanlar, reklam verenler, rekabet koşulları, izleyiciler gibi pek çok etmenin, televizyon haberleri üzerinde rol oynaması sonucu haberlerde yaşanan etik sorunların giderilmesi amacıyla etik kodlar geliştirilmiştir. Ancak önemli olan sadece kodların varlığı değil, uygulamaya koyulabilmesidir. Televizyon habercileri haberler üzerindeki etkilerin azaltılabilmesi amaçlı geliştirdikleri kodların yanı sıra, özdenetimsel ilkelerle de sorunları çözmeye çalışmaktadırlar. Yine yazılı basında başlayan ve televizyon haberciliğinde de kendine yer bulan özdenetim modeli, ülkeler arası farklılıklar taşımasına rağmen, haberlere dışarıdan yapılacak müdahalelerin önünü kesmeyi amaçlamaktadır.

Tüm dünyada televizyon haberlerinde yaşanan etik sorunlar çoğunlukla birbirine benzer yönler göstermektedir. Batı medyası örnek alınarak gerçekleştirilen habercilik anlayışı dolayısıyla, Türkiye’de de durumun aynı olduğu söylenebilir. 1960’larda başlayan televizyon yayıncılığı, önceleri kamu hizmeti modeli ile yayın yapan Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT) aracılığıyla yürütülmüş, 1990’larda özel televizyon kanallarının devreye girmesiyle ticari yayıncılık anlayışı televizyonlara hakim olmuştur. TRT’nin kamusal yayıncılık dönemi, hükümetin sözcülüğünü yaptığı ve siyasilere gelen her türlü etkilere açık olduğu gerekçeleriyle eleştirilirken, özel televizyonların devreye girmesiyle değişen habercilik anlayışı rekabet uğruna tüm değerlerin görmezden gelindiği yolundaki eleştirilere hedef olmuştur. Yayıncılık alanında yaşanan hukuksal, ahlaksal karmaşa ve sorunları çözmek için kurulan Radyo Televizyon Üst Kurulu (RTÜK), oluşum, görev, yetki ve sorumlulukları açısından yoğun eleştirilerle karşılaşmış, uygulama sürecinde bu eleştiriler geniş boyutlara ulaşmıştır. Bu eleştirilere rağmen RTÜK bir takım yönetmeliklerle düzenlemelerde bazı değişiklikler gerçekleştirebilmiş ve halkın şikayetlerini ulaştırabilecekleri bir organ olmuştur. Gelen şikayetleri inceleyerek bir takım yaptırımlara giden RTÜK, 2002 yılında bazı yeni kararlar almıştır ve hali hazırda Türkiye’de yayıncılığı düzenleme alanındaki görevini sürdürmektedir.

Yukarıda sözü edilen konular çerçevesinde bu tez beş bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde televizyon haber etiğinde temel kavramlar başlığı altında habercilik mesleğine ilişkin sorunların çözümünde etiğin nasıl bir rol oynadığı, temel etik kavramlar olan erdem, onur, adalet, iyi ve yararlı eylem kavramları, etik kodlar ve gazetecilikte niteliğin artırılması için yapılması gerekenler ele alınmıştır.

İkinci bölümde televizyonun doğuşu, televizyon haberciliğinin başlaması, ilk yılları, televizyon haberciliğinin ciddiye alınmasının başlangıcı olan “Murrow Dönemi”, 80’li, 90’lı ve 2000’li yıllarda televizyon haberciliğinde yaşanan gelişmeler ve sorunlar açıklanmaya çalışılarak, televizyon haberciliğine giriş yapılmıştır.

Üçüncü bölüm, televizyonun etik boyutlarını kapsamaktadır. Söz konusu boyutlar; televizyonun yapısal özellikleri, televizyon haberciliğinde haberin ele alınış biçimi, televizyon haber çalışanları, izleyiciler ve özdenetim uygulamalarını içine almaktadır.

Dördüncü bölümde, televizyon haberciliğinde yaşanan etik sorunlar, haberin içeriği, habere konu olan kişiler, haber konuları, ekonomik nedenler ve haber sunumu başlıkları altında gruplandırılarak ayrıntılı bir şekilde incelenmiştir.

Beşinci ve son bölüm, Türkiye’de televizyon yayıncılığının düzenlenmesi sürecinin etik açıdan değerlendirilmesini kapsamaktadır. Bu değerlendirme, televizyonun TRT öncesi döneminden başlayarak, TRT’nin kuruluşunu ve kamusal yayıncılık dönemini, özel televizyonların yayıncılığa başlaması ile ortaya çıkan ticari yayıncılık dönemini ve değişen yayıncılık faaliyetlerini düzenlemek amacıyla kurulan RTÜK’ün uygulamalarını içermektedir.

BİRİNCİ BÖLÜM

TELEVİZYON HABER ETİĞİNDE TEMEL KAVRAMLAR

1. HABERCİLİK MESLEĞİNE İLİŞKİN SORUNLARIN ÇÖZÜMÜNDE ETİĞİN ROLÜ

Televizyon haberlerinin toplumsal ve siyasal hayatta giderek artan düzeyde belirleyici rol oynaması, televizyon haberlerini güçlü kılarken, bu gücün bilinçli ya da bilinçsiz olarak kötü yönde kullanılması sonucu, bir çok etik sorun ortaya çıkmaktadır. Bu sorunların büyük bir kısmı etik davranış biçimlerini içselleştirememiş çalışanlardan kaynaklanmaktadır. Televizyon haber çalışanlarının etik inançları, bireysel ve kişisel olarak farklılıklar gösterdiği için, haber çalışanları kendi kişisel inançlarının, tutumlarının ve değerlerinin çakışacağı yayın organlarında çalışma eğilimi göstermektedir³. Genel anlamda bu çakışmalar yakalansa bile, her gün bir çok haberin yapıldığı televizyon kanallarında, kimi özel haberlerin konularında, karar verme süreçlerinde, hazırlanışında, sunuluşunda, yayını gerçekleştiren kanal ile çalışanlar arasında son derece önemli etik uyumsuzluklar ve çatışan değer yargıları ortaya çıkabilmektedir.

Söz konusu sorunların çözümü için her defasında hukuk kurallarına başvurmak çözüm olmamakta, çoğu sorunlar gündelik yaşam pratiği içinde hızlı, doğru ve adil kararlar alınmasını gerektiren durumlar olarak habercilerin karşısına çıkmaktadır. Etik standartların gerekliliğine bu noktalarda ihtiyaç duyulmaktadır. Sadece çalışanlar ile yayın kanalı arasındaki değer yargılarının farklılığından doğan çatışmaları gidermek amacıyla değil, habercilik uygulamalarının büyük bir kısmının, özgürlük, yansızlık, doğruluk, dürüstlük ve mahremiyet gibi kaçınılmaz olarak etikle ilgili kavramlarla birlikte tanımlanması⁴ dolayısıyla da etik, habercilikten ayrılamayan, haberciliğin tartışmaları, sorunları ve uygulamalarıyla birlikte anılan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır.

³ Matelski, a.g.e., s. 61.

⁴ Andrew Belsey ve Ruth Chadwick, "Medyada Etik ve Siyaset: Kalite Arayışı", **Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar**. Çeviren: Nurçay Türkoğlu (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1998), s. 10.

Felsefi bir kavram olan etik, insan eylemlerini konu almaktadır. Burada sözü edilen eylemler, her türlü faaliyetler olmayıp, ahlakiliği vurgulayan, bir eylemi ahlaki açıdan iyi bir eylem yapan niteliksel durumların sorgulandığı eylemlerdir. Kısacası, etik ahlaki eylemin bilimidir. Etiğin amacı, insanın iyi temellendirilmiş ahlaki kararları kendi başına vermek durumunda olduğunu ve başka hiç kimseye teslim olmaması gerektiğini gösterebilmektir. Ahlaki eylem, kişilerin sadece istedikleri zaman gerçekleştirebilecekleri, istemediklerinde vazgeçebilecekleri bir eylem olmamaktadır. Etiğin dayandığı temel koşul ise, iyi niyettir. Kişinin, iyi olarak kabul edilenleri, fiilen kendi eylemlerinin ilkesi haline getirmesi için önce iyiyi istemesi gerekmektedir. Bunun için de, ahlaka yönelik doğal bakış açılarını sorgulayarak, uzlaşma ve anlaşma zeminine vararak, öteki insanların iletişim ve eylem biçimlerine hoş görülme yaklaşımını gerçekleştirmeye çalışmalıdır. Sosyal topluluk üyesi herkesi ilgilendiren bu durum, bir takım kurallarla şekillenerek, özgürlüklerden herkesin olabildiğince çok yararlanabilmesi için pratiğin düzenlenmesini ve yapılanmasını sağlar. Böylece toplumdaki her insan belli ölçüde ahlaki sorumluluk bilinciyle davrandığında, uzlaşmazlıkların çözümünde iletişim yolu seçilecek ve herkes üzerine düşen sorumlulukları alacaktır⁵.

Etik, ahlak kavramından hareket ederek bir eylem ve davranışın anlamını geliştirir. Bu eylem öznel, keyfi, gelişigüzel bir istemenin sonucu olmayıp, eleştirel bir mesafeden kendini özgürce belirleyen ve ötekilerin özgürlüğüne göre kendi özgürlüğüne sınırlar koyan bir iradenin eseridir. Etik, ahlaki eylemlerin ve yargıların yapısını açıklamalarla geliştirerek, ahlakiliği insana özgü olarak kavrayarak günlük yaşam pratiğinin ve bunun somut detaylarının ötesine geçip, temel olana, ilkesel olana yönelir. Dolayısıyla, daha çok eylemin ahlaki olarak kabul edilebilmesi için, nasıl davranılması gerektiği bilgisini aktarır. Etiğin işlevi belirli bir eylemi doğrudan buyurmak ya da yasaklamak değil, insana özgü olan özgürlük anlamındaki ahlakiliği gösterip, ahlaki açıdan uygun bir eylemi nasıl belirleyeceği hakkında bilgi vermektir⁶.

Ahlaki sorunlar, düşünceler, çelişkili durumlar olmadan etik de olmaz. Etik ahlak üretmez, ahlak üzerine konuşur. Etiğin ahlak ve ahlakilik üzerine yönelttiği sorular, tekil

⁵ Annemarie Pieper, **Etiğe Giriş**. Çeviren: Veysel Atayman ve Gönül Sezer (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1999), s. 16-21.

⁶ Aynı, s. 98-99.

eylemlere, belirli somut, münferit, özel durumlara ilişkin olmayıp, ahlaki norm ve değerlerin geneli bağlayan nitelikte olduğu koşulları araştırmaktadır. Etik bir üst bakışla ahlaki eylemi konu olarak aldığından, doğrudan ahlak sorularından ayrılmaktadır. Ahlak ise, bağlayıcı olduğu kabul edilerek belirlenmiş olan norm ve değerlerin soyutlaması olarak topluma hitap etmektedir. Çeşitli konulardaki ahlaki buyruk ya da yasakları bir araya getirerek, genel, evrensel bir insanlık ahlakına ulaşmak çok zordur. Çünkü toplumlar birbirlerinden çok farklı yaşam koşullarına ve düzeylerine sahiptir. Aynı toplum içinde bile farklı gruplar, meslekler arasında ahlak anlayışı farklılık göstermektedir⁷.

Bir mesleğin ciddi etik değerlendirmeye dahil olabilmesi için, o mesleğin bir temelini, bir amacının olması ve evrensel kabul gören bir değer etrafında kurulmuş olması gerekmektedir. Buna göre, tıbbın amacı sağlık, hukukun amacı adalet, gazeteciliğin amacı ise dünyada olup biten olayların gerçeğe en sadık biçimiyle haber olarak kamuoyuna aktarılmasıdır. Her meslek az ya da çok kendi meslek ahlakını üretirken, o mesleği seçenleri bağlayan mesleğe özgü kuralları koymaktadır. Bu kurallara ve standartlara uymayan meslek çalışanları, meslekten uzaklaştırmaya kadar varabilen bir dizi yaptırım ile cezalandırılmaktadır.

Tüm bu birbirinden farklı grupların meslek ahlakları, genel ahlaki ilkeye, mesleğinde olabildiğince iyi olma ilkesine dayanmaktadır. Çalışmanın ve emeğin kendisine bir değer yüklenmekte, diğer insanları doğrudan ya da dolaylı olarak ilgilendiren ahlaki kuralları temelinde icra edilen faaliyetler olarak tanımlanmaktadır. Meslek ahlakına özgü kuralları, o mesleğin onuru ile bağlantılı olup, bu kuralları çiğneyenler sadece kendilerine değil mesleğin onuruna, prestijine zarar vermektedir⁸.

Her meslekte olduğu gibi, gazetecilikte de meslekte çalışanları bağlayan, faaliyetlerini düzenleyen ve yöneten etik kuralları olması kaçınılmazdır. İletişim alanında yapılan bir çok çalışma, habercilik faaliyetlerinin etik değerlendirmeye tabi olması gerektiğini ortaya koymaktadır. Medya etiği ya da gazetecilik etiği denildiğinde aslında medyada çalışanların etik standartlarından ve mesleki kararlarını verirken yaşadıkları etik kaygılardan bahsedilmektedir. Merill'e göre, medya çalışanları da herkeste olduğu gibi, üç

⁷ Aynı, s. 23-36.

⁸ Aynı, s. 39-40.

aşamalı ahlaki gelişim sürecinden geçmektedir. Birinci aşamada, doğru davranışlar, bireyin gereksinimleri ve içgüdüleri tarafından, doğal eğilimlerden kaynaklanarak belirlenmektedir. İkinci aşamada, bireylerin ait olduğu grupların geleneklerinin biçimlendirdiği doğru davranış tanımları bireylere yol göstermektedir. En üst aşama ise, ahlaki açıdan erişilen en üst aşama olup, bireyleri kendilerinin geliştirdiği ve edindiği yargılar sonucunda neyin doğru, neyin yanlış olduğuna karar verdikleri vicdan aşamasıdır. Toplumsal yaşamda genellikle, genel kabul gören değer yargıları sorgulanmadan kabul edildiğinden, medya çalışanları da bu egemen değer yargılarını ve standartları kabul etmektedirler. Ancak, medya çalışanlarının kamuoyunda güvenilirlik ve saygı edinebilmeleri için etik kaygıyı sürekli duyarak, bu tür yargıları yeri geldikçe sorgulayabilmeleri ve ahlaki açıdan en üst seviyede durmaları gerekmektedir. Birbirinden farklı davranış seçenekleri arasından, ne yaptığını bilerek seçim yapabilme özgürlüğünü kullanabilmeleri etik davranış olarak görülmektedir⁹.

2. TEMEL ETİK KAVRAMLARININ TELEVİZYON HABERCİLİĞİNDEKİ YANSIMALARI

2.1.Erdem ve Onur

Toplumsal yaşam içinde yer alan bireylerin, karşılıklı ilişkide buldukları kişilerin zeka, çalışkanlık, dürüstlük, uyumluluk gibi olumlu niteliklere sahip olması, bu bireylere güven ve mutluluk vermektedir. Olumlu nitelikler kişilerin ruhsal durumu ile ilgili olup, gelip geçici değil, sürekli yetenekler olarak kişilerin erdemleri olarak kabul edilmektedir. Erdem, insan karakterinde ahlaki eylem ve davranışların temeli olan niteliklerdir. Toplumsal ilişkilerde erdemın etkisi ve yoğunluğu arttığı ölçüde gelişme sağlanmakta ve mutluluk artmaktadır, çünkü erdem, toplumsal hayatın sosyal, siyasal, kültürel ve ekonomik gibi birbirinden farklı alanlarında olumlu duygusal etkiler yaratarak, sosyal gelişmenin ve uygarlığa erişmenin önemli unsurlarından biridir¹⁰.

Gazeteciliğin kurucu amaçları, bir gazetecinin gazeteci sıfatıyla sahip olması gereken özel mezziyetleri ve üstünlükleri belirterek, mesleğin iyi uygulanması için gerekli

⁹ Bülent Çaplı, *Medya ve Etik* (Ankara: İmge Kitabevi, 2002), s. 12-13.

¹⁰ Adil İzveren, *Toplumsal Törebilim* (Ankara İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Yayını No: 130, 1980), s. 113-114.

nitelikleri de tanımlamıştır. Gazetecilik mesleğinin özelliklerinden olan, bir hikayeyi oluşturup iyi anlatabilme yeteneği gibi teknik beceriler, bu niteliklerin arasında yer almaktadır. Teknik becerilerin yanı sıra, gerçeği anlatmakla bağlantılı olan önemli gerçekleri tanımak, ortaya çıkarmak ve bunları aktarmaya istekli olmak gibi daha geniş etik meziyetler vardır. Bunlar, dürüst, hassas, doğru sözlü gibi meziyetlerdir. Dürüstlük ve doğru sözlülük meziyetleriyle yakından bağlantılı olan bir başka kavram da tutarlılıktır¹¹. Kısacası gazetecilik, kendine özgü amaçlarla kurulan ve meslekte çalışanların bu amaçları gereğince gerçekleştirebilmeleri için sahip olmaları gereken bir dizi meziyetten oluşan bir faaliyettir. Gazetecilerin yönelmesi gereken bir dizi ortak değer vardır.

Medya çalışanlarının haber, yorum ve görüşleri içeren bilginin dolaşımını sağlayarak, toplumların sağlıklı oluşmasına hizmet etmek gibi önemli bir görevle yükümlü olmaları, mesleklerinin gereklerini yerine getirebilmek için yeterli donanıma ve eğitime sahip kişiler olmalarını kısacası, mesleklerinde uzman olmalarını gerektirmektedir. Uzman olmak haber alanında çalışanlar için ahlaki bir sorumluluk olarak değerlendirilmektedir¹². Haber alanında çalışan bir kişiden uzmanlığını en üst düzeye çıkarması, aldığı eğitimle yetinmeyip sürekli gelişime ve öğrenmeye açık olması, azimli, kararlı, cesur davranması beklenmektedir. Böylece toplumdaki sıradan insanlara nazaran hatalı enformasyon alma sınırları daralmış olacak ve kendisinden beklenen toplumsal görevi layık olduğu şekilde yerine getirebilecektir.

Bireyler bir mesleği seçerken, bu mesleğin gereklerini yerine getirme yükümlülüğünü üzerine almayı kabul etmiş olmaktadır. Her mesleğin gereği olan bu yükümlülüklerden en önemli ve önde geleni ise, söz konusu mesleğin sürdürülebilmesi için ihtiyaç duyulan fiziksel ve zihinsel güçlerle birlikte tecrübelerin de oluşturduğu meslek yeteneğidir. Meslekte yetkin olmak, o mesleği sürdürebilmek için kişilerin sahip olmalarının zorunluluk taşıdığı, öznel bir unsurdur¹³.

Öte yandan ahlaki bir erdem olan onur kavramının da haber çalışanlarında profesyonel davranış biçimlerine egemen olması gerekmektedir. Toplumun tüm

¹¹ John O'Neill, "Piyasada Gazetecilik Yapmak" **Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar**. Çeviren: Nurçay Türkoğlu (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1998); s. 38.

¹² Matelski, **a.g.e.**, s. 62.

¹³ İzveren, **a.g.e.**, s. 247.

bireylerinde bulunması gereken, yüce bir nitelik olan onur, insanın kendi kişiliğine karşı saygınlık duygusu, öznel değerlerinin ve ahlaki niteliklerinin başkaları tarafından tanınması durumudur. Ancak meslek onuru, kişisel onurdan farklı olarak, kişisel onurun da ötesinde bir kitle onuru olarak, kişinin üyesi olduğu mesleğe karşı kendisinin ve toplumun saygı duymasıdır.

Meslek onurunu güçlendiren manevi unsur, mesleğe ait kişilerin sorumluluk duygusudur. Zira sorumluluk duygusu yoksa meslek onurundan söz etmek anlamsız olacaktır. Meslek çalışanlarının davranışlarına yön veren sorumluluk duygusunun yitirildiği durumlarda, meslekte krizler ortaya çıkacaktır. Bu tür bir meslek krizi ise, temelde bir ahlak krizidir ve maddi krizlerden daha olumsuz sonuçlar doğurarak, meslekte yozlaşmaya yol açmaktadır. Böyle bir sonuç ise, kırılan meslek onurunun onarılması için çok uzun süre, yoğun çabalar harcanmasını gerektirmektedir. Sorumsuzluğun yol açtığı ahlak krizi sonucu kırılan meslek onuru mesleki saygınlığı da yok ederek, toplumsal yaşantının ekonomik, sosyal, kültürel alanlarında büyük zararlara yol açmaktadır¹⁴.

Meslek saygınlığının artarak kalıcı hale gelmesinde ve mesleğin yücelmesinde katkılar sağlayan kurumlar ise, meslek örgütleri olmaktadır. Söz konusu örgütler kendilerini ve meslek üyelerini denetledikleri ölçüde, mesleği yücelterek saygınlık kazanmasını sağlamaktadırlar. Bu nedenle, medeni ülkelerde tüm meslekler, kendi örgütsel yapılarını kurmuş, bu örgütlerin denetim ve gözetimleriyle, mesleki onur ve saygınlıklarını koruma altına almışlardır.

Yazılı ya da görsel alanda faaliyet gösteren gazetecilik mesleği de özenli davranılmasını gerektiren onurlu bir meslektir. Kimi zaman çalışanlardan, kimi zaman siyasi iktidarların müdahalelerinden, kimi zaman yayın organı sahiplerinin kişisel çıkarlarını ön planda tutmalarından, hatta kimi zaman da izleyicilerin saçmalığa ve bayağılığa prim veren tutumlarından kaynaklanan nedenlerle meslek hakkında olumsuz duygu ve düşünceler geliştirilerek, saygınlığı tartışılır hale gelse de, özünde onurlu bir meslektir. Çünkü gazetecilik haber, yorum ve görüşleri içeren bilgilerin dolaşımını sağlamak gibi onurlu bir amaca sahiptir. Bu amaçla gerçekleştirilen, dünyanın ve insanların karşı karşıya bulunduğu temel sorunlarla ilgili bilgi ve haberin yayılması ve tartışılması,

¹⁴ Aynı, s. 248-249.

demokratik hassasiyetin ve demokratik eylemlerin gelişmesi için zorunludur. Demokratik hassasiyet ve eylemler ise sorunların çözümünde rol oynayarak, barışın, refahın ve ilerlemenin gelişmesine katkıda bulunmaktadır. Mesleğin içinde yaşanan tüm sorunların odak noktasını ise etiği yakından ilgilendiren kalite konusu oluşturmaktadır¹⁵. Kalite sorununun çözüm yolu ise haber sektöründe çalışan kişilerin erdem sahibi olmasından geçmektedir.

Gazetecilerin kendilerinden beklenen kalitede haber yapamamalarının nedenlerinden en önemlisi, onların gerekli erdem ve yetenekten yoksun olmaları değil, günümüz şartlarında görev yapmaya çalıştıkları piyasa koşullarının olumsuz dayatmaları olmaktadır. Belirli bir ücret karşılığı çalıştığı kuruluşun kendisinden istediği piyasa koşullarına ve kuruluşun beklentilerine uygun tarzda haber yapma zorunluluğunun hissettirilmesidir. Gazetecilerin inançları ile yaptıkları arasında belli bir gerilim ortaya çıkarken, bu gerilimin sadece kanaatten yoksunluk ile bilgi ve inançlarının satılık olması anlamına gelmeyeceği, kendi yeteneklerini kullanmada tamamen pasif olmadıkları, direnebildikleri ölçüde direndikleri, bir takım baskılar altında ezilirken, bir taraftan da kendi inanç ve değerlerini korumaya çalışarak, tutarlılıklarını sürdürmek için gerektiğinde ilkeleri uğruna istifa ettikleri unutulmamalıdır.

2.2. İyi ve Yararlı Eylem

İnsanların toplumsal ilişkilerindeki eylemleri ahlaki açıdan değerlendirilirken, “iyi”, “kötü”, “doğru”, “yanlış” gibi kavramlar kullanılarak nitelendirilmeye çalışılmaktadır. Bu yolla, ahlaki açıdan olumlu ve uygun kabul edilen bir eylem veya niyet “iyi” ya da “doğru” olarak kabul edilmektedir. Genel bir ahlak değeri olan “iyi”, idealist ahlak açısından iyiniyetle eşdeğer olarak görülmektedir. Bu bakış açısına göre, sadece iyiniyetli kişiden iyi olarak nitelenebilen, iyi bir eylem beklenir. Ancak, yalnız kişinin iyi niyeti, onun her eylemini iyi olarak gerçekleştirmesine yeterli değildir. Kişinin ahlaki bir eylemi gerçekleştirebilmesi için, bu eyleme yeteneğinin de olması gereklidir. Gerekli yetenek kişinin niyet ve tutumunda görülür. Eğer kişi davranışında niyetini iyilik için yararlı bir işe yönlirse, sonuçta başarıya ulaşılmasa bile, eylem bu haliyle iyi ve doğru sayılmalıdır. Bir diğer nokta ise, iyiniyetle birlikte kullanılan araç ve yöntem de iyiniyetle

¹⁵ Belsey, a.g.e., s. 13-22.

uyum içinde bulunmalıdır. Diğer bir deyişle, yöntem eylemin ahlaki amacına aykırı olmamak zorundadır. Kişi uygun yöntem ve araç seçmekte gerekli titizliği göstermesi bakımından ahlaki bir sorumluluk yüklenmektedir¹⁶.

İyiniyetle istenen, ahlaki bir amaca yöneltilen eylemin, uygun araç ve yöntemlerle iyiye yönelmesi de yeterli değildir. Eylemin aynı zamanda “doğru” olma zorunluluğu da bulunmaktadır. Doğru, bir ahlaki amaca ulaşmak için, seçilen araç ve uygulanan yöntemin amaçla uyumlu olması anlamına gelmektedir. Bu nedenle kişi, ahlak açısından eyleminin iyiliğinden olduğu kadar, aynı zamanda doğruluğundan da sorumludur. İyiliğe yönelik niyet ve eylem, insanın duygusal gücüyle ilişkili olduğu halde, doğrunun oluşmasında doğal olarak kişinin düşünce gücü ve mantık kuralları etkili olmaktadır. Çünkü doğru, niteliği gereği, duygusal eğilimlerden çok, düşünce ve mantıkla bulunabilecek gerçeği ifade eden bir kavramdır¹⁷.

Mill’e göre ise, ahlaksal gerçeğin ölçütü “yarar”dır. En üstün “iyi” yarardır. İyiyi kötüden ayırabilmek için yararlı olup olmadığına bakmak gerekir. Hekimlik sanatı iyidir, çünkü sağlık yararını taşır, müzik iyidir çünkü zevk yararını taşır. İnsanların mutluluğunu, hoşlanma duygusunu doğurur, hoşlanılan ise yararlı olandır. Sürekli yarar geçici yarardan daha iyidir. Her bireyin özel yararlarını genel yararlarla uyuşturması gerekir. Eğitim ve öğretim, bireyin ruhunda öylesine çözülmez bir ortaklık kurmalıdır ki özel mutlulukla genel mutluluk arasında bir uyum kurabilsin. Yetkin bir insan, genel iyiliğe uygun düşmeyen özel iyiliğini düşünmeyecek ve bundan ötürü mutsuzluğa kapılmayacaktır. Yarar ilkesinin görevi, birbirlerini alt etmeye çalışan yararları ölçmekle, karşılaştırmakla, birinin ötekine ne zaman üstün tutulacağını göstermekle gerçekleşir. Toplum için en yararlı olan ne ise o seçilecektir. Adalet gizlenmiş bir erdem sayılırsa, yarar erdemini beceremediği bir işi de becermekte ve kolayca çözmektedir. Yararcılık, toplumsallaşma çabalarına rağmen tipik bir bireycilik öğretisidir. Bireysel mutlulukla toplumsal mutluluğu uyumlu

¹⁶ İzveren, a.g.e., s. 100-101.

¹⁷ Aynı, s. 102.

kılabilmek için, eğitim ve öğretimden medet umar. En üstün iyiyi, mutluluğu, erdemi ve adaleti bireysel yararlarla aynılaştırır¹⁸.

Yararcılık politik kurum olarak demokrasiyi savunan bir politika felsefesi olarak da görülür. Gerçekten onun en büyük sayıdaki insan kitlesini hedeflemesi demokratik bir zihniyeti yansıtmaktadır. Öte yandan bu insanların hepsinin eşit olarak alınması, toplam hazzın toplam insan sayısına bölünmesi de demokratik bir zihniyete işaret etmektedir¹⁹. Rawls'ın yararlılık ilkesine eleştiri yönelttiği nokta, olabildiğince fazla sayıda insanın azami mutluluğa kavuşturulması olarak tarif edilebilecek hedef ve amacın, bireyin değil de çoğunluğun mutluluğunu öngördüğü için, adaletsiz ve haksız olduğu anlayışına dayanmaktadır. Bu anlayıştan ötürü, yararcı mantıkla hareket edilirse, büyük çoğunluğun mutluluğu gerektiriyorsa, tekleri ya da azınlıkları bu amaca feda etmek meşru ve anlaşılır olmaktadır. Bu anlayış ise, Rawls'ın etik anlayışına göre olanaksızdır²⁰.

Yararcılığı savunan bir başka felsefeci ise Bentham'dır. Bentham'a göre, kişi eyleme kalkışmadan önce, bir yararlılık hesabı çıkarıp, bu eylemden ve davranıştan umulan sevinçleri ve üzüntüleri, yoğunlukları, süreklilikleri, kesin olup olmayışları, yakınlık ve uzaklıkları, muhtemel sonuçları, saflıkları ve boyutları bakımından tartmak durumundadır. Ardından bütün sevinç yaratacak dağarlar ve bütün üzüntü yaratacak değerler toplanır. Karşılaştırma sonucunda, sevinç yaratacak değerler fazlaysa, kalkışılacak eylemin eğilimi iyidir, dolayısıyla yapılması ahlaki bir gerekliliktir²¹.

Yararcı yaklaşım, medya etiği açısından ele alındığında, kararların toplumun büyük çoğunluğunun çıkarları doğrultusunda alınması gerektiği ortaya çıkmaktadır. Televizyon muhabirleri için bu, bütün haberlerin en yüksek ödülü getirecek ve en geniş izleyici kitlelerde en az acı uyandıracak biçimde ele alınması anlamına gelmektedir. Bilginin en önemli toplumsal ürünlerden biri olduğunu ifade eden Kultgen, toplumdaki herkesin, bilginin toplumsal üretim sürecinin doğrudan içinde olmasa bile, araştırma için malzeme desteği sağladığını, dolayısıyla toplumsal olarak üretilenin, topluma tahsis edilmesi

¹⁸ Orhan Hançerlioğlu, **Felsefe Sözlüğü**. Geliştirilmiş ve Genişletilmiş 11. Basım (İstanbul: Remzi Kitabevi, 1999), s. 452-453.

¹⁹ Ahmet Arslan, **Felsefeye Giriş** (Ankara: Vadi Yayınları, 1994), s. 110.

²⁰ Pieper, **a.g.e.**, s. 241.

²¹ Pieper, **a.g.e.**, s. 239.

gerektiğini ileri sürmektedir. Adil toplumlar ise, bilgiyi herkes arasında eşit olarak dağıtacak biçimde örgütlenen toplumlar olmaktadır. Profesyonelliğin insana, temelini insanların yalnızca kendileri için kullanamayacakları bilgiden alan beceriler sağladığını da vurgulayan Kultgen'e göre, bu yüzden adalet, bu becerilerin, mutluluğu herkese eşit ölçüde dağıtacak bir biçimde herkese açık olmasını gerektirir²².

Haber alanında çalışanların iyi ve yararlı eyleme yönelmesi, haberden beklenen kaliteyi sağlayabilecektir. İyi anlayışı toplumdan topluma fark gösterse de, haber çalışanları ait oldukları toplumun iyi bulduğu eylemleri, uygun araçlarla, doğru zamanda ve doğru bir biçimde, toplumun geniş kitlelerine yarar sağlayacak bir şekilde yerine getirmek için iyiniyetli çabalar gösterdiğinde, bu çaba haber niteliğinin yükseltilerek, toplum çıkarına hizmet etme yolunda büyük mesafeler kaydedilmesini sağlayacaktır. Kamu yararı ilkesi bu noktadan yola çıkılarak varılmış bir sonuç olarak, haberlerin seçiminde, hazırlanmasında ve sunumunda habercilerin daima göz önünde bulundurması gereken bir ilkedir. Giderek ticarileşen, rekabet ve kar uğruna ucuzlatılan habercilik, kamu yararını yok saydığı sürece, güven ve saygınlık kaybetmeye devam edecektir.

2.3. Adalet

Toplumsal ilişkilerde düzene katkıda bulunan önemli bir unsur da "adalet"tir. Diğer düzen unsurları olan iyilik, doğruluk, hak, hukuk ve eşitlik gibi ahlaki değer yargılarının içeriği olan adalet, aslında bu sayılan düzen unsurlarını da kapsayan, hatta yerine göre uyumluluk, düzgünlük ve bir düzenin doğruluğu anlamlarına da gelebilen çok geniş kapsamlı bir kavramdır. Bu bakımdan gerek yasa koyuculara gerekse yasa uygulayıcılarına büyük ahlaksal görevler ve sorumluluklar yüklemektedir. Kişinin toplumsal ilişkilerindeki karar ve eylemleri, diğer insanlarla ilişkileri nedeniyle doğru, adil, ya da adaletsiz olarak nitelendirilmektedir. Bu durum, ahlak unsurunun toplumsal ilişkilerde düzen ögesi olma nedeninin doğal bir gereği sayılmaktadır²³.

Kişinin düşünce ve kararlarına yön veren hak, hukuk, adalet gibi duygular, ilk çağlardan beri doğal olarak insanoğlunun bilincinde var olan ruhsal öğelerin toplumsal ilişkilerde düzen sağlayıcı etkileri olarak bilinmektedir. Bu kavramların düzen unsurları

²² Matelski, a.g.e., s. 62-63.

²³ İzveren, a.g.e., s. 109-110.

olarak nitelikleri ve etkileri, özellikle adalet kavramı ahlak bilimi açısından önem taşımaktadır.

Adalet, bir çok erdemi içinde barındırdığı için, en yetkin erdem olmaktadır. Adaletle bütünün uyumu kurulur. Adalet, ruhun her bölümünün bu bütün içinde kendine uyan görevi yerine getirmesi ve kendini ödevle sınırlamasıdır. Bundan dolayı adalette ruhun iç durumu, iç eylemlerindeki düzen ve ödevin yerine getirilmesi söz konusudur. Böylece ruhun bütün bölümleri kendine düşen işi iyi yaparsa ve hepsi bir uyum içinde bulunursa, ruhun erdemi de doğru bir nitelik kazanacaktır. Bir toplumun bir arada yaşamaya devam edebilmesi için insanların karşılıklı olarak birbirlerine güvenmeleri gerekir. Karşılıklı güven ise, herkesin karşısındakinin adaletli olduğuna güvenmesidir. Böylece toplum yaşamının devam edebilmesi için tek tek kişilerin adaletli olma zorunluluğu ortaya çıkmaktadır²⁴.

“Hak” duygusu, insanların ruhsal yaşantısında önemli bir yere sahiptir. Çocuklukta bilinç altında doğal bir güdü olarak beliren, kişiliğin gelişmesiyle ve kültürle güçlenerek bilince dönüşen ve insan kişiliğinin bir parçası olan ruhsal bir öge olan hak duygusu, niteliği ve toplumsal yaşamdaki etkisi bakımından vazgeçilmez bir değere sahiptir. Hak; bir şeye sahip olabilme, bir şeyi yapabilme ya da kendine karşı yapılmaması gereken bir şeyin yapılmasının önlenmesi yani savunma gücü anlamındaki yetki olarak tanımlanabilir. İnsan hayatının gelişen toplumsal hayatla artan gereksinimlerine göre, ilkel toplumdan modern topluma kadar hak konusu ve sahip olunan haklar genişlemektedir. Bu açıdan bakıldığında, bir toplumun gelişmişlik düzeyini belirlemede, bireylerin yararlandıkları hakların genişlik ve kapsamı yol gösterici olmaktadır. Ancak sadece hakların kapsamı yeterli olmayıp, haklardan yararlanabilme ve onları kullanabilme olanağı da aynı derecede önem taşımaktadır²⁵.

Hak denilen yetkiyi gereksinimleri doğrultusunda kullanarak mal edinebilen, evlenerek aile kurabilen, meslek ya da sanatını sürdüren kişi, ekonomik, sosyal ve siyasal amaçlara yönelik örgütler kurabilmekte, bunlara üye olabilmekte, kamu yönetimine katılarak amacı doğrultusunda seçme ve seçilme haklarını kullanabilmektedir. Ülkelerin

²⁴ Bedia Akarsu, **Ahlak Öğretileri**. Üçüncü Basım (İstanbul: Remzi Kitabevi, 1982), s. 91-92.

²⁵ İzveren, **a.g.e.**, s. 104.

anayasalarında ve hukuk yasalarında yer alan haklarından yararlanabilme olanakları ise, aslında bireylerin hak duygusunun ve bilincinin güçlülük derecesine göre toplumdan topluma değişebilmektedir. Kişi ancak hak duygusunun, diğer bir deyişle hakkı olan şeyin gerçekten kişiliğinin ayrılmaz bir parçası olduğu bilincine vardığı takdirde, kendi öz varlığı olan şeye sahip çıkabilmekte, onu savunarak ve koruyarak kullanma yeteneğini kazanabilmektedir. Bu bakımdan, geri kalmış toplumların bireyleri ile gelişmiş toplumların bireyleri arasında, haklardan yararlanabilme ve onları kullanabilme olanakları açısından büyük farklılıklar ortaya çıkabilmektedir. Baskıcı rejimler altında yıllarca yaşamış, topluma gerçek haklarını anlatabilecek aydınları sindirilmiş toplumlarda, bireylerin kişiliğinin bir parçası olması gereken hak duygusunun gelişmemesi doğal olmaktadır. Bu toplumların hukuk adamlarının bile hak duygusunun gelişmediği görülmektedir²⁶.

Oysa hukuk öğretiminin temel amacının, sadece soyut hukuk kurallarını ezberleyen duygusuz ve bilinçsiz hukuk adamları yetiştirmek değil, güçlü bir hak duygusundan kaynaklanan, hakkın insan kişiliğinin bir parçası anlamında kutsallığının bilincinde olan gerçek medeni toplum hukukçusu yetiştirmek olmalıdır. Ancak bu koşullar sağlandığında hukukun toplumsal ilişkilerdeki bağlayıcı ve düzen sağlayıcı rolü anlam ve değer kazanabilir.

Rawls'ın adalet anlayışı iki temel ilkeyle açıklanabilir. İlki, belirli bir pratiğe dahil olan veya ondan etkilenen her bir kişinin, aynı özgürlük temelinde bağdaştığı sürece eşit biçimde en büyük özgürlüğe hakkı vardır. İkincisi, eşitsizlik durumu ancak herkesin yararına olduğunda makul görülebilir ve söz konusu duruma bağlı işlev ve görevler herkese açıksa kabul edilebilir. Rawls, adaleti bir centilmenlik anlaşması olarak anlar. Bunu gerçekleştirecek olanlar, birbirleri üzerinde egemenlik kurmayan, bir topluluğun faaliyetlerine katılan ve kendi aralarında kurallar üzerinde anlaşan, toplumsal pratiği tanımlayan ve gerek getireceği yararları gerekse yükleri tespit eden özgür kişilerdir. Böyle genel bağlayıcı kurallar üzerinde anlaşıp uzlaşma, ancak bir sözleşme zemininde mümkündür. Ancak bu sözleşme somut bir uzlaşmanın değil, bir tür düşünceyle gerçekleştirilmiş deneyin ürünüdür. İyi niyetli ve mantıklı bir insan, bu adalet ilkelerini etik

²⁶ Aynı, s. 105-106.

ilkeler olarak benimseyecektir. Hiç kimse herhangi bir ayrıcalık talep edecek bir gerekçeye sahip değildir. Herkes içinde yaşayacağı bir toplum biçimini seçmeye razı olacaktır. Seçilecek yaşam biçimi, herkese ilkece eşit ve olabildiğince fazla temel özgürlük sağlayan toplum biçimi olan adaletli bir biçim olmalıdır²⁷.

Rawls'ın adalet yaklaşımına göre, adalet kavramı için hakseverlik temel olmalıdır, bütün etik kararların bu temel önerme akılda tutularak değerlendirilmesi gerekmektedir. Hakseverlik ise, çoğu durumlarda yalın bir biçimde ve çelişkiye yol açmayacak bir şekilde kendini göstermektedir. Ancak Rawls, doğasında eşitsizlik olan koşullarda hakseverlik kavramını belirlemede güçlük çekmiş, bu gibi durumlarda, “görmezden gelme perdesi”nin kullanılarak mümkünse bütün toplumsal farklılıkların gözardı edilmesini önermiştir. Örneğin, uluslar arası ölü sayısının çok olduğu bir uçak kazasının haber olarak verilmesi zorunludur, ancak önemli olan nasıl verileceğidir. Rawls'a göre, ölenlerin kim oldukları, hangi ülkeden oldukları, politik veya ekonomik durumlarının ne olduğunun önemi olmaksızın, tüm kurbanlara ve ailelerine eşit zaman ayrılmalıdır, haberin merkezi olayın bütünü olmalıdır. Gösterilen bu duyarlılık, kazanın nedenine ilişkin araştırmaların yapıldığı haberin devamının verildiği diğer zamanlarda da aynen uygulanmalıdır²⁸.

Adalet duygusu gelişmiş medya çalışanları, toplumda yaşayan bireylere gerek habere konu olduklarında gerekse ekran başında haber izleyicisi olarak bulduklarında maddi ya da manevi açıdan zarar vermeyecekler, vicdanları rahatsız edici davranışlara girmeyecekler, her bir kişinin haklarına tek tek saygı göstereceklerdir. Toplumun her kesiminden insana eşit mesafede durabilen, eşit davranabilen, adil olduğunu ispatlamış ve toplumun özgürlüklerini kullanabilmesinde öncülük eden bir medya, toplumdan hak ettiği güveni kazanacak ve bu güven duygusuyla hep daha iyiyi hedefleyerek, hem kendi gelişecek, hem de toplumun gelişmesini sağlayacaktır.

3. KOD VE ETİK

Habercilik alanında farklı dönemlerde, birbirinden farklı konular etrafında etikle ilgili tartışmalar sürekli yaşanmaktadır. Medya sektöründe hukuk kurallarının dışına

²⁷ Pieper, a.g.e., s. 242.

²⁸ Matelski, a.g.e., s. 63-64.

çıkılmadan da yanlış, yalan, çarpıtma, propaganda, kayırma, sansasyon, bayağılık, zevksizlik, adilik, hafiflik, cinsiyetçilik, ırkçılık, kişisel saldırılar, çamur atma, çek defteri gazeteciliği, hile, güveni kötüye kullanma ve özel yaşama müdahale gibi listeyi daha da uzatacak pek çok yolla suç işlenebilmektedir. Medya kendine yasalarla tanınmış ve yine yasalarla belli durumlar karşısında sınırlandırılmış özgürlüğünü kamunun bilgi alma hakkı adına kullanırken, zaman zaman yasaların kendine tanıdığı sınırlar dahilinde kalitesiz ve eleştirilere hedef olan uygulamalara sapmaktadır. Bu durum, hukuka aykırı olmasa da kamuya yarar sağlamayan, kamunun güvenliğini sarsan, rahatsız eden, haberin kalitesini düşüren uygulamalara hukuk dışı yollar aranmasını, çözüm için etik kodların oluşturulmasını gündeme getirmektedir. Hukuk kuralları yapılmaması gerekenleri ifade ederken, etik kodlar yapılması gereken şeylerin neler olduğuna işaret edip, gazetecilerin hatalı uygulamalarından sorumlu tutulmalarını sağlayacak, haber alanında yaşanan kalitesizliğin önüne geçmiş olacaktır.

Herhangi bir ülkede birden fazla gazetecilik alanında kod varsa, kodların amacı geniş ölçüde, o ülkedeki hukuk sistemleri tarafından belirlenmektedir. Gazetecilikte kötü ya da hatalı uygulamaların yasa dışı olduğu ve meslek içi düzenlemelere çok dar bir alan bırakıldığında, kodların varlığı çok anlamlı olmamaktadır. Bu tür yerlerde kod daha çok, gazetecilere ahlaki destek vermenin ve mesleki dayanışmayı teşvik etmenin bir yolu olabilmektedir. Daha özgürlükçü ülkelerde ise kodlar, gazetecilerin kendileri yerine daha çok halkın korunmasını amaçlamaktadır²⁹.

Gazetecilere yönelik davranış kodlarının çoğu hem yazılı hem görsel basın alanında çalışan gazetecilere hitap etmektedir. Ancak ortaya çıkan yeni durumlar karşısında bu kodlar, yeni çıkan etik sorunlara cevap verememektedir. Örneğin televizyon haberciliğinde canlı yayında kameranın önünde gerçekleşen bir olaya nasıl tepki verileceği kodlarda bulunmamaktadır. Ya da gazetede yayınlanan fotoğraftaki şiddet görüntüsü ile televizyon haberindeki şiddet görüntüsü izleyenleri farklı etkileyeceğinden, televizyonda ne kadar ve hangi ölçülerde verileceği kodlarda yer almamaktadır.

²⁹ Nigel G.E. Harris, "Gazeteciler İçin Davranış Kodları" **Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar**. Çeviren: Nurçay Türkoğlu (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1998), s. 86.

Oluşturulacak davranış kodlarında sınırların açıkça belirlenmesi, ayrıntıların olabildiğince tanımlanması her zaman yeterli gelmemektedir. Haber çalışanları her gün bir çok haberle karşılaşırken, her haberde tek başına bazı kararlar almak zorunda kalabilmekte, son derece güç çelişkili durumlarla karşılaşmakta ve ahlaki seçimler yapmak zorunda kalmaktadır. Haberi yaparken ve aktarırken dürüst olmaları beklenen gazeteciler, bir suçta ortaya çıkarmak, olayın iç yüzünü öğrenmek için, kirli işlerle uğraşan bir kişi rolüne bürünme yolunu seçebilir. Ya da bir siyasetçinin yaptığı ahlaksızlıkları aydınlatmak için özel yaşamını kurcalaması gerekebilir. Bu gibi durumlarda ne yapması gerektiği konusunda etik çelişkiler yaşayabilir³⁰. Kısacası, yaşanabilecek her durum için kod oluşturulması mümkün olmamaktadır.

Ortaya çıkacak her yeni durum için yeni bir kod oluşturulamayacağı gibi, haberciler için oluşturulacak davranış kodlarında içeriğin ne olacağı, geniş bir alana yayılan ilkelerle mi yoksa daha kapalı, ayrıntılı tanımlarla mı belirleneceği, davranış kodlarının hangi temellere dayandırılacağı gibi konular da kesinlik kazanmış değildir. Davranış kodlarının nasıl bir disiplin mekanizması ile yürütüleceği önemli değildir, önemli olan bu kodların medya sektöründe yaşanan kalitesizlik sorununu gidererek, kaliteyi güvence altına alma konusunda temel bir yere sahip olması gerektiğidir.

Davranış kodlarının olumlu ya da olumsuz, etik dışı bir hareketi engellemeye ya da etik davranışı geliştirmeye yönelik olması durumlarından hangisinin seçileceği önemlidir. Gerçeği söyle ile yalan söyleme aynı anlamı taşımamaktadır. Yalan söylememek, sessiz kalarak ya da konuyu değiştirerek yerine getirilebilecek bir durumken, gazetecilikte pek de yeterli bir ilke sayılmamaktadır³¹. Gerçeği söylemek ise, daha çok bilmeyi, araştırmayı, bütünü bulup ortaya çıkarmayı ve gerçeğin araştırıldığı her aşamada yeni seçimler yapmayı gerektiren, daha zor bir durumdur.

Etik bir davranış kodunun, yalnızca izlenmesi gerekli kurallardan ibaret olmayıp, insan davranışının doğruları ve yanlışlarıyla ilgili ilkelerin, makul kuramlara dayanarak, nesnellik ve tarafsızlıkla uygulanmasıyla bağlantılı olduğundan hangi temele dayanacağı önemlidir. Etik ilkeler, kesin belli sınırları olan ilkeler de değildir, her geçen gün araştırılan

³⁰ Aynı, s. 24.

³¹ Aynı, s. 24.

ve iyileştirilmeye çalışılan, tartışılan, akla yatkın ve demokratik doğası olan ilkelerdir. Bu yüzden, belli bir otorite eliyle belirlenmeyip, bir yandan önemli sonuçlar elde edilirken, diğer yandan bir yanılma payının olduğu bir süreçte, insan aklının ve deneyimlerinin birbirlerini etkileme becerileri yoluyla keşfedilmeye devam etmektedir. Bu süreçte de, bir davranış kodunun oluşması için etik kuram çerçevesinde makul bir temele dayanması, amaçlanan sınırların çizilmesine yol gösterecektir. Davranış kodunun haklar çerçevesinde formüllendirildiği düşünülürse, hakların sadece kullanılması bile siyasi açıdan çok büyük önem taşımaktadır. Ama talep edilen hakkın kuramsal gerekçeleri yoksa güvenilirliği ve gücü eksik olacaktır. Örneğin, dolandırılmama gibi bir hak varsa, bir dolandırıcılık olayını gazeteci dolandırıcı rolünü oynayarak ortaya çıkarabiliyorsa, bu defa da dolandırıcının hakkı çiğnenmiş kabul edilebilecektir. Ya da bir davranışın, yöneldiği kişilerin çıkarımı en üst derecede karşılması gerektiği düşünülürse, bu yaklaşım, gazetecilik değerlerini, demokrasi, adalet ve kamu yararı gibi var olan geniş çaplı toplumsal ve siyasi değerlere bağlayacaktır. Bununla beraber, kodun geniş anlamdaki ahlaki ve toplumsal değerlerle yalnızca bağdaşması değil, aynı zamanda uyum içinde olması da beklenmektedir. Gazetecilerin hakkaniyet, doğruluk, güvenilirlik ve iyi niyetlilik gibi özel meziyetlerini gösterebilecekleri davranışları, erdemli bir karaktere uygun olmalıdır gibi bir yaklaşım da düşünüleceği gibi, bu yaklaşım da erdemin gerçekten temel bir dayanak olup olamayacağı sorusunu akla getirmektedir³².

Haber alanında çalışanlar için, meslek ilkelerinin gereklerini ihlal edenlerin meslekten çıkarılarak, bu alanda çalışmalarının engellenmesi çözüm arayışlarından bir olarak önerilmektedir. Bu uygulama tıp sektöründe kullanılmaktadır. Bu sektörde çalışan birinin hatalı bir davranışının yol açabileceği sağlığa zarar vermek gibi bir olumsuz sonuç, haber alanında çalışan bir kişinin neden olabileceği zarardan çok daha ciddi olarak düşünülebilir³³. Oysa, gazetecilerin kişinin özel yaşamına müdahalesi sonucu, o kişiye verebileceği zararlar da en az sağlığına verilen zarar kadar önemlidir. Bazen geri dönüşü olmayan, kişinin hayatını tamamen kötü yönde etkileyebilecek zararlar verilebildiği

³² Aynı, s. 25-26.

³³ Belsey, a.g.e., s. 19.

düşünülürse, bu hatayı yapan haber çalışanları için meslekten men edilme uygulamasının yerinde bir yaptırım olabileceği görülmektedir.

Etik davranış kodu için, makul bir temel bulma çalışmaları uzun ve daha da devam edecek bir süreç olarak görülmektedir. Önemli olan uygulayıcıların yarar ve zarar getirme potansiyelleri olduğu için, gazetecilerin kalitesini sorgulamak, mesleğin etik temellere dayanan bir davranışa sahip olması ve çalışanların eylemlerinden sorumlu tutulabilmeleridir. Gazeteciliğin temel değerinin dürüstlük olduğu, halka ulaşan bilgi ve haberde gerçeği anlatmak, hakkaniyet, adalet, peşin hükümden ve zarar vermekten kaçınmak gibi ilkelere bağlı olmaları gerektiği söylenebilir. Hiçbir davranış kodu sabit ve olabilecek son halinde değildir. Değerler, karşılıklı olarak birbirlerini etkileyerek gelişeceklerdir. Bir davranış koduna sahip olmaya çalışılmasındaki hedef, haberlerde kaliteyi güvence altına almaktır. Ancak bu sayede gazetecilerin yaşadığı güven ve onur kaybı giderilebilecektir.

4. GAZETECİLİKTE NİTELİĞİN ARTIRILMASI

Gazetecilik mesleği daha öncede belirtildiği gibi önemli amaçlar taşıyan, onurlu bir meslektir. Ancak habercilik alanında gerek çalışanlardan, gerek medya sahiplerinden gerekse rekabet, piyasa koşulları, siyasi iktidar müdahaleleri ya da diğer baskı grupları gibi nedenlerden kaynaklanan etik sorunlar yaşanmakta, haber kalitesi düşmekte, dolayısıyla kamu oyunun habere ve habercilere olan güveni sarsılmakta ve gazetecilik onuru yara almaktadır. Kaybedilen güvenin tekrar kazanılması gazetecilikte niteliğin artırılması yoluyla sağlanacaktır.

Gazetecilik mesleği sorumluluklarını yerine getirebilmesi için öncelikle özgür olmak zorundadır. Özgür olmayan bir haber sektörünün sorumluluklarını yerine getirebilmesi mümkün değildir. Sözü edilen özgürlük sadece yasalarla belirlenen özgürlük olmayıp, ekonomik alanda da siyasi iktidarlardan, patronun sadece ticari kazanç için araç olarak kullanımından, reklam verenlerden, haberin niteliğini olumsuz yönde etkileyen rekabetten kurtarılarak gazeteciliğin özgür kılınması gerekmektedir. Habercilikteki temel amacın kar elde etmek değil, halka doğru, güvenilir, gerçek olayların aktarılması hizmet edilmesi olduğu hiçbir zaman unutulmamalıdır.

Medyanın sahip olduğu özgürlüklerin, aslında bireylerin özgürlükleri olduğu, medyanın kendine tanınan özgürlüğü, bireyler adına kullandığı göz önünde bulundurularak, bu alanda yapılacak tüm düzenlemelerin, bireylerin haber alma haklarını gerçekleştirecek nitelikte olması gerekmektedir. Medyanın özgürlüğüne getirilecek sınırlamalar da yine, bireyin temel hak ve özgürlüklerini doğrudan tehdit ettiği durumlar kriter alınarak yapılmalıdır³⁴.

Gazetecilik alanı yeniden yapılandırılarak şeffaf, katılımcı, bağımsız ve etik değerlerle donatılmış hale getirilmelidir. Medya kuruluşunun sermaye yapılarının halka açık olması, tekelleşmenin önlenmesi, basın kanununa yeni düzenlemeler getirilmesi zorunluluk olarak belirmektedir. Tekelleşme, iletişim olgusunun özüne yönelik bir tehlike oluşturmaktadır. Medya gibi belirleyici bir gücün az sayıda kuruluşun elinde toplanması, demokrasiyi ve dolayısıyla çoğulculuğu yok etmek anlamına geldiğinden, tekelleşmeyi önleyici girişimlerde bulunmak zorunluluk gerektirmektedir. Büyük holdingler bünyesinde yayın yapan televizyonlar, ait oldukları grubun kamuoyu önündeki imajını güçlendirmek, devlet ve kamu üzerindeki etkinliğini artırarak başka işlerini kolaylaştırmak, diğer holdinglerle olan rekabetlerinde birbirlerine karşı kullanılmak gibi işlere araç konumuna getirilmektedir³⁵. Bu yüzden ekonomik ve ticari açıdan bağımsız ve kendi ayakları üzerinde durabilen medya kuruluşlarının yapılandırılmasının yolu açılmalıdır.

Reklam verenlerin haberin içeriğine müdahalelerde bulunarak, adeta içeriği tayin eder hale gelmelerine izin verilmemelidir. Reklam gelirlerinden pay kapmak adına, reklam verilere bağımlı hale gelmek, onlara yakın olmak ve onlara yarayacak nitelikte yayın yapmak, habercilerin sorgulama yeteneklerini ellerinden almakta, onları sadece acil haber sunmakla yükümlü birer eleman konumuna indirgemekte³⁶, izleyenlerde her haberin arkasında bir takım farklı amaçların olduğu düşüncesini yaratmaktadır. Yukarıda da belirtildiği gibi ekonomik açıdan bağımsızlığın sağlanması ve rekabet uğruna habercilik

³⁴ Ertan Oktay, "1996 Yılı Medya İçim Reform Yılı Olmalıdır", *Yeni Türkiye Dergisi* Medya Özel Sayısı, Sayı: 11, Eylül-Ekim 1996, s. 26.

³⁵ İsmail Cem, "Daha Kültürlü, Bilgili, Haberli Olabilmek", *Yeni Türkiye Dergisi* Medya Özel Sayısı, Sayı: 11, Eylül-Ekim 1996, s. 21.

³⁶ Tuncay Özkan, "Medya Nereye?", *Yeni Türkiye Dergisi* Medya Özel Sayısı, Sayı: 11, Eylül-Ekim 1996, s. 35.

ilkelerinden ödün verilmemesi, habere güven duyulmasını ve izleyici sayısında artışı beraberinde getirecektir.

Medyada yaşanan tüm bu olumsuzlukların çözümü için, öncelikle özdenetime gereken önem verilmeli, mesleki kuruluşların düzenleyeceği, özgürlüklerin sınırlandırılmadığı, mesleğin onurunu ve güvenilirliğini koruyup, geliştirmeye yönelik uygulamalara temel teşkil edecek nitelikte ilkeler geliştirilmelidir. Söz konusu meslek kuruluşları gerekli örgütlenmelerini yerine getirerek, ilkelerin hayata geçirilmesi ve denetlenmesi yönünde aktif görev yaparak, yeri geldiğinde bir takım yaptırımlara gidebilmeli ve bu ilkelerin meslekte çalışanları bağlayıcı nitelikte olmasını sağlamalıdır.

Medya ile ilgili olan kanunların eleştiriler, medyanın özgürlüğü ve sorumluluğu göz önünde bulundurularak, gelişen günümüz teknolojisinin yarattığı yeni sorunlara da yol gösterici olacak biçimde yeniden düzenlenmesi gerekmektedir. Gazetecilik faaliyetlerini kısıtlamaktan çok genişletici, toplumsal yaşamda var olan tüm gruplara ulaşmayı hedefleyici, katılımcılığı artırıcı, halkın temel demokratik haklarından biri olan haber alma hakkı önünde oluşabilecek tüm engelleri ortadan kaldırmayı amaçlayan yasal düzenlemeler geliştirilmelidir.

Gazetecilik alanında çalışanların etik davranış biçimlerini özümsemiş, iyi eğitim almış, mesleğinde uzman olmuş, mesleğini en iyi şekilde yapan, adalet, çalışkanlık, iyi niyet, cesaret gibi bir çok erdem ve yetenekle donanmış kişilerden oluşturulması gerekmektedir. Gazeteciler, eğitimlerini mesleki yaşamları boyunca devam ettiren, öğrenmeye istekli, halkın çıkarlarını kendi çıkarları üzerinde tutan, gazetecilik onurunu korumak için çaba sarf eden, patronuna tam teslimiyetle her istenilene yapmayıp, etik değerleri çerçevesinde karşı koyan, direnen, tutarlı davranan, yeri geldiğinde istifa edebilen kişiler olmalıdır.

Medya çalışanlarının çalıştıkları kuruluşlarla özdeşleşme ve iftihar etme duyguları giderek körelmekte ve çalıştıkları kuruluşlara güvenmedikleri, motivasyonlarının düşük olduğu gözlenmektedir³⁷. Çalışanların yönetimde söz sahibi olmaları, işleriyle ve çalıştıkları kuruluşlarla bütünleşmelerini ve katılımcılıklarını sağlamak açısından

³⁷ Osman Ulagay, "Gazetelerimiz ve Toplam Kalite Yönetimi", *Yeni Türkiye Dergisi* Medya Özel Sayısı, Sayı: 11, Eylül-Ekim 1996, s. 32.

önemlidir. Çalışanların tatmininin sadece ücret politikalarına indirgenmesi ise, diğer motivasyon unsurlarının araştırılmamasına, gereken önemin verilmemesine ve çalışanların bütünsel tatmininin hedeflenmemesine sebep olmaktadır. Çalışanların yönetiminde çağdaş yöneticilik ilkelerine göre hareket edilmesi, insana yatırım yapılması, araştırmalarına gerekli desteğin sağlanması, çalışanların mesleklerine olan bağlarını ve ilgilerini artırarak, motivasyonu sağlayacak etmenler olmaktadır.

Medya çalışanları da, televizyon haberlerinde yapay, aldatıcı tekniklerle, soyut, mantıkdışı, abartılı, seks ve şiddet öğeleriyle dolu boş haber anlayışını bir kenara bırakarak, kamunun sesini duyuracak, gerçek sorunlara parmak basacak, bilginin topluma ulaştırılmasına aracılık edecek habercilik anlayışından uzaklaşmamalıdır. Bilginin akışında sağlanan sürat ve bolluğu, doğruluk ve gerçeklik kavramlarının önünde değerlendirmeden, rekabet yüzünden gerekli sorgulamayı yapmadan haber yayınlamamalı, haberlerdeki gerçeklik ve doğruluğu tartışılır hale getirerek, bilginin özünü bozan haberler yapmamalıdır. Ancak bu şekilde izleyicilerin güvenini kazanacaklarını ve gerçek rekabet ortamını yakalayacaklarını unutmamalıdır.

İKİNCİ BÖLÜM

TELEVİZYON VE HABERCİLİĞİN GELİŞİM SÜRECİ

1. TELEVİZYONUN ORTAYA ÇIKIŞI

Matbaanın 1440 yılında Gutenberg tarafından icat edilmesiyle başlayan, günümüzde uydular ve internet kullanımına kadar gelişen iletişim sürecinde, televizyonun çok özel ve önemli bir rolü olduğu kabul edilmektedir. Televizyonun ilk çıkış günlerinde umulanın aksine, televizyon kendinden önce altın dönemini yaşayan radyo ve gazetelerin önüne geçmiş, insanların haberleri almak için birinci sırada kullandıkları kitle iletişim aracı durumuna gelmiştir. Gelişiminin her aşamasında, kendi sorunlarını ve tartışmalarını da beraberinde getirmiştir. Bugün televizyon haberciliğinde yaşanan sorunlar arasında kuşkusuz etik sorunlar başı çekmektedir. Televizyonun gelişim sürecine bakıldığında, etik sorunların ortaya çıkışı da açıklık kazanacaktır.

Bilgi her toplumda, tarihin her aşamasında önemli ve elde tutulması istenen bir güç olarak kabul edile gelmiştir. Bilgiyi elinde tutanın, gücü de elinde tuttuğuna inanılmakla birlikte, bilgiye sahip olmak zor ve zaman alıcı bir süreç olarak yaşanmaktaydı. 1840'lara kadar bilgi akışı, ancak insanların beraberinde götürebileceği hızla, diğer bir deyişle bir trenin götürebileceği hızla idi³⁸. Bir haberin diğer insanlarla paylaşılması epey zaman alıyordu. 1821'de Napolyon'un ölüm haberinin İngiltere'ye ulaştırılması deniz yoluyla iki ayı bulmuştu³⁹.

Telgrafın Samuel Finley Breese Morse tarafından bulunmasıyla elektriğin iletişimin hizmetine sokulması sayesinde haberin ulaştırılma hızında çok önemli bir gelişme sağlanmış oldu. Telgrafın kullanılmaya başlamasıyla mekan sorunu çözülmüş, sınırlar önemini yitirmiş ve bulunduğu coğrafya olan Amerika Kıtası bir enformasyon ağıyla sarılarak, bütünleşmesine zemin yaratılmıştır⁴⁰.

³⁸ Neil Postman, *Televizyon Öldüren Eğlence*. Çeviren: Osman Akınhay (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1994), s. 77.

³⁹ Çaplı, a.g.e., s. 68.

⁴⁰ Postman, a.g.e., s. 77.

Telgraf ile haberin hızlı ulaşımından çok önce, daha matbaanın icadı ile haber alınıp satılabilen bir mal haline gelmiş, halkın para verip elde edebileceği her türden bilgi olmuştur⁴¹. Baskı tekniklerinde yaşanan hızlı gelişmeler sayesinde 19. yy sonlarından itibaren basında yüksek tiraj ve satışa yönelik bir sürece girilmiş, sanayi devrimi sayesinde artan refah düzeyi ve okur yazarlık oranı da bu sürecin gelişmesinde önemli rol oynamıştır⁴². Bir taraftan habere yönelik talep hızla artarken, diğer taraftan teknoloji bu talebi karşılama ve yeni talepler yaratma konusunda gelişimine devam etmiştir⁴³. Hızla gelişen teknoloji basını birkaç kişinin faaliyet alanı olmaktan çıkarıp, büyük organizasyonlarla yürütülen güçlü işletmeler haline getirmiştir⁴⁴.

1840'lardan itibaren ise radyo en değerli ve popüler iletişim aracı olmuş, Amerika'da halkın büyük bir kesimi enformasyonu gazeteler ve sinemalarda oynatılan haber filmlerinden çok radyodan alır hale gelmiştir. Radyo kendi tarzını ve yıldızlarını yaratmış, geniş kitleler tarafından kabul görmüştür⁴⁵.

Raymond Williams, televizyonun icadının tek bir buluş ya da bir dizi buluş sonucu olmadığını, sırasıyla elektrik, telgraf, fotoğraf, sinema ve radyo alanlarındaki buluşlar ve gelişmelere bağlı olarak gerçekleştiğini⁴⁶ söylerken, televizyon fikrinin çok daha eski tarihlere dayandığına ve bu fikir öncülüğünde bir yol izlendiğine işaret etmektedir. Televizyonun icadına kadar olan gelişmelere bakıldığında Williams'ın haklı olabileceği görülmektedir. Televizyonla ilişkilendirilebilecek ilk buluşlardan olan elektrik telleri aracılığıyla resim iletmek fikri, 1842'de Bain tarafından ortaya atıldıktan sonra başlayıp, televizyonun icadının gerçekleştiği 19. yy. sonlarına kadar yapılan tüm bilimsel çalışmalar televizyon arayışının göstergeleri olmaktadır. 1923'te Amerika'da Rus bilim adamı Zworykin, elektronik tarama yöntemiyle ilk görüntü yayını yapmayı başardıktan sonra, 1931'de televizyon alıcılarının üretimine ve deneysel nitelikli televizyon yayınlarına başlanmıştır. İngiltere, Avrupa'da televizyon yayınlarının düzenli olarak gerçekleştiği ilk ülke olurken, aynı yıllarda Amerika, sonraki yıllarda Sovyetler

⁴¹ Çaplı, a.g.e., s. 67.

⁴² Dinç Üner, "İletişim Ekonomisi", 1. İletişim Kongresi Bildiriler Kitapçığı (İstanbul: 1-3 Mart 2000), s.209.

⁴³ Çaplı, a.g.e., s. 68.

⁴⁴ Üner, a.g.e., s. 210.

⁴⁵ Matelski, a.g.e., s. 30.

⁴⁶ Raymond Williams, **Television: Tecnology and Cultural Form** (London: Routledge, 1990), s.14-15.

Birliği, Almanya ve Fransa televizyon yayınlarına başlamışlardır. Ancak televizyonun ön plana çıkışı 2. Dünya Savaşı sonrası 1950’li yıllarda olmuştur⁴⁷.

1.1. 1950-1970 Dönemi

1.Dünya Savaşı ile başlayan radyo yılları, 2. Dünya Savaşı döneminde altın yıllar olarak kabul edilen yıllar olmuştur. Amerika’da bir kitle iletişim aracı olarak Avrupa’dan önce 1920’de başlayan radyo yayıncılığı, her isteyenin istediği frekanstan yayın yaptığı bir ortamda gelişmiş ve Federal Radyo Komisyonu kurulana kadar bir frekans kargaşası yaşanmıştır. Avrupa’da ise, dikkatli frekans düzenlemelerinden sonra başlayan radyo yayınları, devlet tekelinde başlamıştır.

Tüm dünyada televizyon haberciliği radyo haberciliğinin devamı niteliğinde gelişmiştir. Başlangıçta, radyolara ajans ağırlıklı olarak hazırlanan haberler televizyona uyarlanmıştır⁴⁸. İlk televizyon habercileri esas eğitimlerini radyo haberlerinde almışlardır. Hemen hemen tüm ülkelerde radyo, televizyon ile aynı çatı altında çalışmalarını sürdürmüştür⁴⁹.

Yayıncılık bir kamu hizmeti olarak tanımlanmış, radyo dalgalarının kamu malı olduğu ve kullanma hakkının tam ve dikkatli değerlendirmelerle tahsis edilmesi gerektiği kabul edilmiş ve radyonun sosyal, siyasal imkanlarla kamuoyunu yönlendirebilecek bir potansiyel gücü olduğu, bu gücün devlet elinde kalması ve kamu yararına kullanılması gerektiği noktasından hareket edilmiş, sonraki dönemde televizyon için de aynı düşünceden yola çıkılarak kamu hizmeti yayıncılığı model alınmıştır. Kamu hizmeti yayıncılığı modeline göre, televizyon, her ülkenin kendi gelenekleri ve politikası çerçevesinde şekillenmiş, kamuoyunu oluşturan her kesimin beklentisine ve yararına uygun, dengeli, eşitlikçi, çoğulcu, kısacası sosyal ve kültürel işlevler gören nitelikli bir kamu hizmeti yürütecek bir yapı amaçlanmıştır. Yayınlarda izleyicinin beklentisi bir etken olsa bile, üstlenilen sosyo-kültürel işlevler, eğlencenin önüne geçmiş, eğitim ve bilgilendirme zorunluluk olarak kabul edilmiştir. Devlet yayıncılık kurumlarını fiilen elinde tutmuştur⁵⁰.

⁴⁷ Cem Pekman, *Televizyonda Özelleşme Avrupa’da Yayıncılığın Değişim Süreci* (İstanbul:Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., 1997), s. 4-5.

⁴⁸ Mustafa Şeker, *Televizyon Haberciliği* (Konya: Sel-Ün Vakfı Yayınları, 1999), s. 52.

⁴⁹ Seyide Parsa, *Televizyon Haberciliği ve Kuramları* (İzmir: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, No:3, 1994), s. 43.

⁵⁰ Pekman, a.g.e., s. 9-13.

Amerika’da radyo gibi televizyon da özel mülkiyet eliyle, pazar ekonomisine dayalı, ticari önemi olan bir anlayışla yayıncılığa başlamıştır. Yayıncılığın kamu yararına çalışması için bir takım düzenlemeler yapılmışsa da, ticari yayıncılık modeli televizyonun özel sektörün yürüttüğü bir ticari faaliyet olarak değerlendirilmesini beraberinde getirmiştir⁵¹.

Amerika’da 1940 ve 1950’li yıllarda, önceleri radyo şebekesi olan, daha sonra televizyon yayıncılığı başladığında da ilkleri oluşturan üç büyük şebeke (NBC, ABC, CBS) faaliyet göstermekte ve aralarında sert rekabetler yaşanmaktaydı⁵². Radyo Amerikan halkının önemli bir enformasyon kaynağı ve popüler bir iletişim aracıydı. Halkın radyodan dinlediği ve sevdiği yıldız isimler gecede 25 milyonu aşkın kişiyi radyo başına çekiyordu. Amerika’da televizyon yayıncılığı alanında yaşanan en önemli gelişme, kablolu televizyonun ortaya çıkmasıdır. Televizyon satışlarına olan ilgi artmış, televizyon sinyali alınamayan bölgelerde bile televizyon izlenebilir hale gelmiştir.

İlk akşam haberleri Amerika’da CBS televizyonu tarafından, 15 Ağustos 1948 tarihinde başlatılmıştır. Bu girişim başlarda pek etki gösterememiş, radyonun popülaritesiyle rekabet edemeyeceğine inanılmıştır. CBS yöneticileri ise bir tür haber programının kanalın imajını halka, kamuya hizmet ettiği yönünde geliştirebilmek ve devlet yönetimindeki kişilerle iyi ilişkiler kurabilmek için kullanılabileceği düşüncesiyle, habercilikte hiçbir iddia taşımadan, hoşça gidebilecek bir şeyler yapma arayışıyla yola çıkmışlardır.

1950’den önce televizyon şirketleri, çekim yapan film şirketlerinden aldıkları haber belgesellerle yetinirken, 1950’den sonra kendi çekim ekiplerini oluşturarak haber alınacak yere kendi ekiplerini göndermeye başlamışlardır. İlk haber programlarında, spiker elindeki kağıttan haberleri önündeki büyük mikrofonu okumaktaydı. Dekor olarak sadece spikerin oturduğu masa bulunurken, sonraları duvara konan bir saat, programın canlı olduğunu vurgulamak ve seyirci üzerindeki etkiyi artırmak amacıyla kullanılmaya başlanmıştır.

⁵¹ Aynı, s. 5-6.

⁵² Karl A. Kensinger, “ABD’de Televizyonun Evrimi ve Özel Televizyonları Yakın Gelecekteki Olası Gelişmeleri”, ABD ve Türkiye’de Televizyon Yayıncılığının Sorunları, Aydın Doğan Vakfı İle Amerikan Basın ve Kültür Merkezi Ortak Sempozyumu (İstanbul: 3-4 Haziran 1997), s. 13-14.

CBS'ten sonra NBC kanalı da haberciliğe el atmış, televizyon haberlerinde ilk rekabet sinyalleri verilmeye başlanmıştır. CBS'in dekorlarına karşılık, NBC spikeri ilgi çekmek için yakasına kırmızı karanfil takıp, duvara dünya haritası asmıştır. Bunun üzerine CBS duvara üç ayrı saat, bir takvim ve masaya bir telefon koyarak, gerektiğinde Başkan'ı arayabilecekleri mesajını vermeye çalışmış, dekora gelen dosyası, giden dosyası, kalemlik v.s. gibi dekora sürekli yeni bir şeyler eklenmeye devam edilmiştir⁵³. İki kanal arasındaki rekabet şova yönelik olarak giderek artmış, televizyon haberciliğinde şova yönelik etkinlikler bir kez başlayınca, bunu ortadan kaldırmak çok zor olacağı gibi azaltmak bile bir mesele haline gelmiştir⁵⁴.

NBC haber programının tamamını bir reklam verene satarak, programın her türlü formatına satın alanın müdahalesine izin vermesi, spikerlerin şık giysilerini belli mağazaların finanse etmesi, spikerin haberi okuduktan sonra oturduğu yerden kalkarak kameraya yönelip kıyafetini teşhir etmesi, bir süre sonra hem haberin alışlagelmiş sunumunu değiştirmiş, hem de spikerlerin o gün ne giydiği merakının izleyicilerde oluşması sağlanmıştır⁵⁵.

Spikerlerin kıyafetlerinin izleyicilerde merak oluşturması, giyim firmasının satışlarını artırırken, televizyon haberlerine reklamın girmesine de alt yapı hazırlamış, gelişmeler birbirini takip etmiştir. NBC'nin gece haberlerini destekleyen Camel sigara şirketi, haber programının "Camel News Caravan" olarak adlandırılmasını isterken, ayrıca haber görüntülerinde mutlaka elinde Camel marka sigara olan birkaç fotoğraf kullanılmasını da şart koşmuş, puro görüntüsüne ambargo koymuştur. Haberlerin parasal destekçileri giderek diğer programlara da el atmaya başlamış, haberden çok reklamının yapılması istenen ürünler ön plana çıkmaya başlamıştır. 1952'de Başkanlık seçimlerinde kurultayın en tartışmalı yerinde mutfak eşyası reklamı gösterilirken, reklam-haber ve siyasetin iç içe geçtiği gözlenmiştir. Bu dönemde siyasiler de televizyonda görünmeye ve televizyonu kullanmaya başlamışlardır⁵⁶.

⁵³ Desmond Smith, "Kendi Kendini Yaratan Televizyon Haberciliği Kavramı" **Kamera Dergisi**, Haber Kameramanları Derneği Yayın Organı, Sayı:10 (2000), s. 4.

⁵⁴ Matelski, a.g.e., s. 32.

⁵⁵ Smith, a.g.e., s. 4.

⁵⁶ Desmond Smith, "Kendi Kendini Yaratan Televizyon Haberciliği Kavramı" **Kamera Dergisi**, Haber Kameramanları Derneği Yayın Organı, Sayı:11 (2001), s. 3.

1950'lerde farklı dönem ve farklı ülkelerde yapılan araştırmalara göre, insanların büyük bir çoğunluğu, dünyada olup biteni anlamak için haber kaynağı olarak televizyonu seçmekteydiler⁵⁷. 1960'da John F. Kennedy'nin Başkan seçilmesini, 1962'de yeni bir iletişim uydusunun uzaya fırlatılışını, Küba ile yaşanan füze krizini, 1963'te Kennedy suikastını televizyondan izleyen Amerikalılar, televizyonun giderek artan önemine tanık olmuş, ABC akşam haberlerinin süresini 15 dakikadan yarım saate çıkarmıştır. 1965 yılında üç şebeke de renkli yayına geçmiş, ticari uydular ve haber toplama tekniklerinde yaşanan gelişmelerle dünyanın her yerinden haber toplamaya başlamışlardır. 1968-1974 yılları arasında yaşanan Vietnam Savaşı'nda, televizyonun savaş görüntülerine ve protesto eylemlerine yer vermesi, savaşın gidişatını etkilemiş, tarihe televizyonda gösterilen ilk savaş olarak geçmiştir. Bu dönemde televizyon haberciliği, izleyicilerde önemli etkiler bırakmaya başlamıştır⁵⁸.

Televizyonun kazandığı bu başarı ve toplum üzerindeki önemli etkilerinin fark edilmesiyle, özellikle politikacıların bu gücün denetlenmesi için önlemler alma çabaları da artmıştır. Televizyon da kazandığı güçten şımarmış, haberleri kamu hizmeti olmaktan çok bir şov gösterisine dönüştürmüş, özellikle 1970'li yılların ortalarında sahte uyuşturucu alemlerine, canlandırma tekniği ile gerçekleştirilmiş protesto eylemlerine ilişkin haberlere ve asparagas, sansasyonel, çarpıtılmış haberlere yer vererek güven kaybetmeye başlamıştır. Sonuçta 1962'den 1972'ye kadar geçen süreçte televizyon haberlerinin izlenme oranında güvenilirliğin azalması sonucu önemli bir düşüş yaşanmıştır⁵⁹. 60'lı ve 70'li yıllarda televizyon, iktidar aracına dönüşmekle ve insanların zihnini ağırlıklı olan partilerin çıkarları doğrultusunda yönlendirmekle de suçlanmış, televizyonu denetim altında tutarak genel seçimlerin kazanılacağı düşüncesi ağırlık kazanmaya başlamıştır⁶⁰.

1970'lerde uyduların yayıncılık alanında kullanılabileceğinin ve kablolu sistemle birlikte var olan kapasitenin üzerine çıkılabileceğinin fark edilmesiyle, televizyon

⁵⁷ Çaplı, a.g.e., s. 76.

⁵⁸ Matelski, a.g.e., s. 37-38.

⁵⁹ Aynı, s. 39.

⁶⁰ Ignacio Ramonet, **Medyanın Zorbalığı**. Çeviren: Aykut Derman (İstanbul: Om Yayınevi, 2000), s. 28.

sanayisinin gelişmesinin önü açılmış, kablolu televizyon abonelerinin artan kanallar arasından tercih yapabilme şansları artmıştır⁶¹.

1.2. Murrow Dönemi

Edward R. Murrow, ekrana ilk kez CBS televizyonunda 18 Kasım 1951’de çıkmış olmasına rağmen, 2. Dünya Savaşı boyunca Avrupa’da bulunmuş, radyodan savaş haberlerini kendi üslubunca vererek, milyonların sevdiği bir isim haline gelmiştir. Muhabirlik yeteneği, olaylara bakış açısındaki farklılık ve ekip elemanlarını seçme başarısı sayesinde, çok yetenekli bir ekiple savaş boyunca CBS’de radyo haberciliği yapmış, radyo haberleri onun sayesinde güvenilirlik kazanmıştır. Televizyon haberlerini sunması için yapılan teklife önceleri pek sıcak bakmamışsa da, birlikte çalıştığı Fred Friendly’le eşleştirilmeyi kabul etmişti⁶².

New York’ta uzun yıllar radyo programcılığı yapmış olan Friendly ile Murrow bir ekip oluşturarak, “See It Now” adlı bir haber programı hazırlamışlardır. Bu program olayların perde arkasına yöneliyor, toplumda tabu sayılan ya da siyasal toplumsal nedenlerle hiç ele alınmamış konuları ele alarak, cesurca tartışıyordu. Programın değindiği konulara ilişkin olarak politikacılar konuşmak istemiyordu. Örneğin ABD’ye göçmen olarak gelmiş, çok güç koşullarda çalıştırılan işçiler gibi herkesin görmek istemeyeceği sorunları ekrana taşıyorlar ve bu arada hiçbir konuda taviz vermeyen tutumlarıyla izlenme oranlarını giderek artırıyorlardı. 1954 yılında Senatör Joseph McCarty’nin başlattığı “komünist avı” konusuna da diğerlerinden farklı yaklaşarak, McCarty ve arkadaşlarının tavırlarını sergiledikten sonra, objektif analizler yaparak, o dönem için aşırıya kaçabilecek yorumlarda bulunuyorlarken dahi izleyicilerden sürekli artan destekleyici tepkiler almışlardır⁶³.

Murrow ve Friendly’nin “See It Now” adlı haber programları, televizyon haberlerine saldırgan bir üslup getirirken, aynı zamanda televizyon haberciliğine yeni bir anlayış ve inandırıcılık katmıştır. En tartışmalı konuların gündeme gelerek, canlı yayında gözü kara bir üslupla tartışılmasını, politik yorumların televizyon ekranında da

⁶¹ Kensinger, a.g.e., s. 14-15.

⁶² Matelski, a.g.e., s. 32-34.

⁶³ Smith, a.g.e., s. 3-4.

kabul görür hale gelmesini sağlamıştır. Murrow ve Fiendly ikilisi bu şekilde bir çalışma standardıyla, birlikte pek çok belgesel ve röportaja da imzalarını atmışlardır⁶⁴.

1950'lerin sonuna doğru, rekabet artarak devam ederken, kameraların olay yerine girmesi ve oradan yayın yapması yöntemi kullanılmaya başlanmıştır. 1957'de CBS'in Küba'ya gizlice bir çekim ekibi göndererek Fidel Castro ile röportaj yapması, gizli gerilla kamplarına girmesi büyük sansasyon yaratmış ve CBS'e prestij kazandırmıştır. NBC bu olaydan sonra bir daha geride kalmamak, haber atlamamak için büyük bir atılıma geçmiştir. CBS ve NBC genişlemelerini hızlandırarak, ülke çapında 200 televizyon sahibi durumuna gelmişlerdir. Böylece hemen hemen her yerden haber akışını sağlamayı başarmışlardır⁶⁵.

NBC televizyonu, bu dönemde televizyon haberlerine Chet Hunter ve David Brinkley ikilisini getirerek CBS ile büyük bir rekabete girmiştir. 1956 yılı NBC'nin haberde atağa geçtiği yıl olmuştur. Hunter ve Brinkley, biri ağırbaşlı ve ciddi, diğeri yaramaz ve atak birbirinin zıttı iki karakter olmalarına rağmen, haberleri ikili olarak bir arada sunmaları, birbirleriyle çatışmaları ve karşılıklı laf atmaları kısa sürede izleyiciler tarafından beğenilerek, izlenme oranlarının artmasına neden olmuştur. CBS-NBC rekabeti, kısa sürede televizyon haberciliğinin emekleme döneminden çıkıp, hızla gelişmesine ve televizyon yayıncılığının bir ekonomik işletme olarak rekabet ortamının keskinleştiği, iletişim aracı olarak gücünü kanıtladığı bir döneme girmesine yol açmıştır⁶⁶.

Bu dönem, televizyon haberlerinin, eğitimde politikada ve çağdaş tarihte bütünüyle bir rol oynamaya başladığını göstermiştir. Radyodan sevilen ve güvenilen isimlerin televizyon haberlerine geçişine kadar, habercilikte ciddi bir dönem yaşanmamışken, "Murrow Dönemi" olarak adlandırılan bu dönemde, televizyon habercilerinin elde ettiği güç, prestij ve yüksek güvenilirlik sayesinde televizyon haberciliği giderek daha çok önem kazanmıştır⁶⁷.

1970'lerde, artık haberler televizyondan izlenir olmuş, haber spikerleri ve muhabirler, insanların yaşamlarında çok önemli yerlere sahip olmuşlardır. Örneğin bir

⁶⁴ Matelski, a.g.e., s. 34.

⁶⁵ Smith, a.g.e., Sayı:11, s. 4.

⁶⁶ Aynı, Sayı:11, s. 5.

⁶⁷ Matelski, a.g.e., s. 30-37.

televizyonun yaptığı ankette “Amerika’nın en güvenilir adamı”, bir televizyon habercisi olan Walter Cronkite seçilmiştir. Televizyon haberleri giderek artan sayıda izleyiciye ulaşmaya başlamıştır⁶⁸.

1.3. 1980 Dönemi

70’li yıllarda medyayı kontrolleri altında tuttuklarına inanan Pinochet ya da Franko gibi diktatörlerin yenilgiye uğramalarıyla ve medyanın mutlak bir denetim altında tutulduğu Sovyetler Birliği’nin dağılmasıyla, televizyona egemen olmanın insanlara egemen olmak anlamına gelmediği anlaşılmış ve politik alanda, hükümetlerin televizyon haberlerini doğrudan denetlemeleri sona ermiş, televizyon yayınlarını denetleyen kurumların oluşumu hızlanmıştır⁶⁹.

Televizyon yayıncılığı 80’li yıllarda büyük değişimler geçirmiş, yayıncılık yapan büyük ve güçlü tekeller yerine, çok sayıda yeni yayıncı ve yeni televizyon hızla yayıncılıktaki yerlerini almış, rekabet, kar gibi kavramlar, egemen olmaya başlamıştır. Televizyon yayıncılığı hizmet sektörü olarak görülüyorken, büyük bir kazanç ve ticari bir yapı haline gelmiştir. Yaşanan bu değişimler, televizyon programlarına yansiyarak, televizyon odaklı tartışmaları da beraberinde getirmiştir⁷⁰.

Özellikle Avrupa ülkelerinde özel televizyonculuğun yükselişe geçişiyle yayıncılık geleneği ve anlayışı kökten değişmiştir. Temelde televizyondaki değişimler, Avrupa’nın yaşadığı geniş boyutlu ekonomik-toplumsal-teknolojik dönüşümlerin bir uzantısı olarak “televizyonda özelleşme” şeklinde kabul edilmiştir⁷¹.

Önceleri kamu hizmet yayıncılığı modeli ile hareket eden televizyoncular, 2. Dünya Savaşı sonrası yaşadıkları ekonomik büyüme ve refah düzeylerindeki artışın 80’li yıllarda üst seviyelere çıkmasıyla, bireyselmeye ve tüketimye yönelen halkın istek ve gereksinimlerinin çeşitliliği ve esnekliği karşısında, onları birer tüketici olarak görme eğilimine girmiş ve egemen piyasa ekonomisine göre ticari bir yayıncılık sergilemeye başlamışlardır. Liberal ekonominin üretim ve tüketimde bireysel tercihe, kişisel girişime, daha çok üretmeye ve daha çok tüketmeye yönelik ilkeleri televizyon yayıncılık alanında da karşılığını bulmuştur. Bu süreçte reklam, bir tanıtım alanı

⁶⁸ Smith, a.g.e., Sayı:10, s. 4.

⁶⁹ Ramonet, a.g.e., s. 28.

⁷⁰ Pekman, a.g.e., s. 1.

⁷¹ Aynı., s. 2.

olmaktan çıkıp, bireysel tüketim davranışına yön veren, biçimlendiren, yeni yaşam tarzları öğreten ve benimseten bir araç haline gelirken, reklam verenleri de televizyon üzerinde baskı unsuru haline getirmiştir.⁷² Bu durumun televizyon programlarını ve haberlerini de etkileyerek, giderek kamu hizmeti anlayışından uzaklaştırarak, ticari bir yapıya soktuğu ve kazancı ana hedef haline getirdiği gözlenmiştir.

80'lerin başında deregülasyon kavramı Amerika'dan sonra Avrupa'da da kullanılmaya ve etkilerini göstermeye başlamıştır. Pazar ekonomisinin yeniden yapılandırılması ve devlet müdahalesinin en aza indirgenmesi doğrultusunda, tekelleşmeyi önlemek için çıkarılmış yasal düzenlemelerin piyasanın serbestçe hareket etmesini engellediği gerekçesiyle, bu sınırlılıkların kaldırılması ve baskıların azaltılması anlamında kullanılan deregülasyon, diğer sektörlerin yanı sıra televizyon yayıncılığı alanında da etkilerini göstermiştir. Deregülasyon sonucu, yayıncılık üzerindeki devlet tekellerinin kaldırılması ve yayıncılığın yönetiminin, programlarının esnekleştirilmesi, alana yeni kişilerin girmesi, piyasa koşullarının geçerli olması sağlanmıştır. Teknolojik alanda da yayın ekipmanlarının giderek ucuzlaması, uydu yayıncılığının ve kablunun yarattığı geniş olanaklar, sınırların ortadan kalkmasına ve girişimci aktif yayıncılığa fazlasıyla uygun bir ortam yaratmıştır⁷³. Kanal sayısında çok hızlı bir artış yaşanmış, bu artış programlama yapan şirket sayısında patlama olmasına neden olmuştur. Daha fazla program, daha fazla rekabet, daha fazla kar isteği önemli bir pazar ortamı oluşturmuştur⁷⁴.

80'li yılların sonunda ortaya çıkan CNN (Cable News Network) ile küresel bilgi çağına girildiği yorumları yapılmıştır⁷⁵. CNN televizyonu, uydu yayınları ve çok sayıda bağlantılar aracılığıyla, dünyanın pek çok yerinden, canlı bağlantılar kurarak, olayı hızlı ve canlı kıldığı iddiası taşımaktadır. Körfez Savaşı ile CNN herkes tarafından bilinen bir haber kanalı olarak öne çıkmıştır. CNN tarafından ortaya konan yeni, sürekli ve anında haber olgusu, Euronews, Info, Sky News, BBC World, CNBS gibi haber kanallarının da doğuşuna, "canlı ve anında" haber anlayışının hızla yayılarak devam etmesine ve izleyicilere düşünme payı bırakmayan, aşırı bilgi bombardımanına neden olmuştur⁷⁶.

⁷² Aynı, s. 22-32.

⁷³ Pekman, a.g.e., s. 58-61.

⁷⁴ Kensinger, a.g.e., s. 16.

⁷⁵ Ramonet, a.g.e., s. 14.

⁷⁶ Aynı, s. 54-55.

Tüm bu yaşanan gelişmelere rağmen, 80'li yıllarda da televizyon haberciliği politik kampanyaların, dünya sorunlarının, ekonomik ve çevresel sorunların ele alındığı bir güç olmaya devam etmiştir. Bu dönemde haber sunumunda yaşanan yeniliklerle haberi eğlence gösterisi gibi sunan sunucular (enkırmen-anchorman) ön plana çıkmaya başlamıştır. Kanal sayısındaki hızlı artış, daha çok rekabet, izleyicilerin artan talepleri sonucu, televizyon haberciliğinde ciddi etik sorunlar ortaya çıkmaya başlamıştır⁷⁷.

1.4. 1990 Dönemi

1980'li yıllarda yaşanan deregülasyon süreci, Avrupa'da yayıncılığa hakim olan kamu yararı ilkesinin değişmesine, ticari yayıncılığın yükselişe geçişine ve izleyicilerin vatandaş kimliğinden çıkıp tüketici kimliğine bürünmesine neden olmuştur. Bu sürecin etkileri ve yansımaları 90'lı yıllarda iyice belirginleşmeye başlamıştır. Kamu hizmeti döneminin demokrasi, kamusal hayat, ulusal kültür, kimlik gibi toplumsal endişeleri, yeni medya piyasalarının gelişimini engelleyen faktörler olarak görülmeye başlanmış, kamusal sorumluluk duygusu, yerini tüketici taleplerine cevap vermeye bırakmıştır. Kar ve rekabet mantığıyla hareket eden medya şirketlerinin birincil amacı, ürünlerini mümkün olan en geniş tüketici kitlesine ulaştırmak haline gelmiştir. Bu durum ise beraberinde, sürekli bir genişleme eğilimi getirmiş, ulusal sınırlar ve toplumlar aşarak, uluslararası tüketici kültürünün evrensel olarak tanımlanan ilkeleri temel alınmaya başlanmıştır. Kısacası, yeni medya düzeninde, küresel bir düzen kurularak, küresel programlar, küresel tüketiciler, küresel şirketler v.s. dönemi yükselişe geçmiştir⁷⁸.

Amerika'da 1990 başlarında dijital yayın yönteminin ortaya çıkması ile uydu abone hizmetlerinin sağlanabilmesi gerçekleşmiş, dijital uydu servisi hizmet görmeye başlamıştır. Dijital yayın için teknik standartlar geliştirilmiş, dijital televizyon sistemlerinin uygulanması için yayıncılara lisans verilmesi uygulamaya koyulmuştur. Uyduların yayıncılıkta aktif kullanımı ve dijital yayın, teknolojik gelişmeler bakımından çok önemliyse de, telif hakları ya da programların şiddet dolu içeriklerinin denetlenemeyişi büyük sorun olarak görülmüştür. Bu soruna yönelik olarak okuma ve perdeleme sistemleri geliştirilmiş, evlerdeki televizyonları programlayarak, çocukların şiddet ve cinsellik içeren programları seyretmelerini önlenmeye çalışılmıştır. Ayrıca

⁷⁷ Matelski, a.g.e., s. 37-41.

⁷⁸ David Morley ve Kevin Robins, **Kimlik Mekanları: Küresel Medya, Elektronik Ortamlar ve Kültürel Sınırlar**. Çeviren: Emrehan Zeybekoğlu (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1997), s. 28-30.

yayıncılığa hep özel girişimcilerin alanı olarak bakılan Amerika'da kamu yayın sisteminin kurulması ve özellikle çocuklar için eğitim, kültür, spor vs. programlarının yayınlanması gerçekleştirilmiştir⁷⁹.

Görüntünün gücüne dayanan televizyon haberciliği Körfez Savaşı (1991) ile doruğa çıkmış, diğer tüm iletişim araçlarını geride bırakarak iktidarı eline geçirmiştir. O dönemde haber almak için en çok takip edilen ve etkilenilen medya durumuna gelmiştir⁸⁰. Ancak aynı zamanda güvenilirlik açısından da en çok tartışmaların yaşandığı dönemlerden biri olmuştur. Örneğin, Körfez Savaşı'nda, Irak'ın sahip olduğu askeri gücün abartılması, patriot füzelerinin hedef şaşmayan füzeler olduğu yolundaki haberlerin yanlış çıkması, Körfez'de ham petrole bulanmış bir martı yerine Bretagne sahilindeki bir karabatağın gösterilmesi, Timişoara'daki toplu mezar iddialarının asılsız çıkması gibi olaylar, televizyon haberine olan güveni olumsuz yönde etkilemiştir⁸¹.

Medya'da güvenilirlik konulu bir seminerde konuşan Amerikan Yazı İşleri Müdürleri Derneği Başkanı Elwer Seton, ulusal çapta yapılan yarım düzine araştırmanın ortaya koyduğu sonuca göre Amerikan medyasının güven erozyonuna uğradığını, 1976'da % 70 olan güvenilirlik oranının, 1985'te % 55 olarak görüldüğünü, en son ise Clinton-Lewinsky skandalının kamuoyuna yansıtıldığı dönemlerde bu rakamın % 30'un da altına düştüğünü ifade etmiştir⁸².

1990'lı yılların sonları haberin magazinelle hale geldiği yönünde eleştirilerin de yoğunlaştığı yıllar olmuştur. Bu durumun en çarpıcı örneklerini ise Lady Diana ve Clinton- Lewinsky olayları ortaya koymaktadır. Lady Diana ve sevgilisi Dodi Al-Fayed'in 31 Ağustos 1997'de Paris'te paparazzilerden kaçarken ölmeleri ve medyanın olaydan sonra yarattığı bilgi bombardımanı, o dönemdeki tüm önemli olayların önüne geçmiş, günlerce ekranları meşgul etmiş, cenaze töreni dünyanın pek çok ülkesinde canlı yayınlanmış, 2.5 milyar insan bu töreni izlemiştir. Medyatik bir boşalmanın yaşandığı bu olay, Kennedy ve Papa 2. Jean-Paul suikastlarından daha çok konuşulmuş ve kazada ölenler kahraman haline getirilmişlerdir⁸³.

⁷⁹ Kensinger, a.g.e., s. 17-18.

⁸⁰ Ramonet, a.g.e., s. 29.

⁸¹ Aynı., s. 29-33.

⁸² Oktay Ekşi, "Seminer Konuşması", 1. İletişim Kongresi Bildiriler Kitapçığı (İstanbul: 1-3 Mart 2000), s. 424-425.

⁸³ Ramonet, a.g.e., s. 9-11.

Televizyon haberciliğinde, aşırı bilgilendirme ile iletişim çılgınlığına dönüşen, dünya çapında medyatik bir olay örneği de, 1998 yılında yaşanan Clinton-Lewinsky skandalı olmuştur. Amerikan televizyonlarının güvenilirlik kaybettiği, düzenli olarak akşam haberlerini izleyenlerin sayısının 1993-1998 arası % 60'tan, % 38'e düştüğü, halkın % 56'sının medyaya güvenmediği bu dönemde, halkın televizyon haberlerine olan ilgisini artırmak amacıyla medya bu skandalı sonuna kadar kullanmıştır. Medyanın bir numaralı olayı haline gelen skandal, o sırada Papa'nın Küba Lideri Fidel Castro ile buluşmasını izlemek için giden gazetecilerin bile geri çağrılmasına neden olmuştur. Medya bu olayda öyle çok ayrıntı vermiş, öyle çok zaman ayırmıştır ki, Irak'la Şubat ve Aralık 1998'de çıkan iki krizin Clinton tarafından, medyanın amansız saldırılarını Saddam Hüseyin'e yöneltmek amacıyla tezgahlandığı şüpheleri ortaya atılmıştır. Yine bu dönemde, uluslararası bir çok olay görmezden gelinmiş, medyanın elinde yeterli görüntü ve röportaj olmadığı halde skandal olayına abartılı yaklaşımı, halkın medyaya olan güvenini daha çok sarsmıştır⁸⁴.

1.5. 2000'li Yıllar

2000'li yıllara damgasını vuran gelişme, kısaca internet olarak bilinen World Wide Web (Dünya Bilgisayar Ağı)'in ekonomik ve sosyal popülaritesini gün geçtikçe artırması nedeniyle, haber alanında da önemli kaynaklardan biri haline gelmesi olmuştur. 2000 yılında AOL (American Online) ve Time Warner şirketlerinin birleşerek, e-posta, e-ticaret, web, film, sesli ve görüntülü haber gibi geniş bir yelpazeyi tek noktada bir araya getirmeleri, diğer medya kuruluşlarını da harekete geçirmiştir. Geleneksel medya şirketlerinin internette de söz sahibi olabilecek bilgi birikimine sahip olmamaları, büyük internet şirketleriyle birleşmeleri sonucunu doğurmuştur. Böylece, pek çok televizyon kanalı internet üzerinden de haber yayını yapmaya başlamış, internete sahip olan toplum kesimleri tarafından tercih edilir konuma gelmişlerdir. Çünkü Web yayıncılığı görsel ve yazılı basını kapsadığı gibi, bilgisayardan resim, ses, görüntü ve yazılı habere ulaşmayı ve bunları saklayabilmeyi mümkün hale getirmiştir⁸⁵.

Dijital yayıncılığın gelişmesi sonucu, şifreli ve kablolu yayınlarla interaktif televizyon haberciliği yaygınlaşmıştır. Dijital yayıncılıkta verilerin ayrı ayrı sinyaller halinde gönderilebilmesi sonucu, ekranda aynı anda birden fazla görüntünün

⁸⁴ Ramonet, a.g.e., s. 15-22.

⁸⁵ Ivor Yorke, *Television News* (Fourth Edition. London: Focal Press, 2000), s. 211.

yayınlanabilmesiyle, seyirciye ekranın bir köşesinde hava durumunu, spor haberlerini ya da başka bir haberi izleme imkanı yaratarak, seçme şansı tanımıştır⁸⁶. Dijital teknoloji sayesinde, televizyon haberlerinde her geçen gün artan grafiklerin, efektlerin ya da istenilen her türlü eklemelerin yer alması, daha kaliteli ses ve görüntüye ulaşılması gibi gelişmeler, televizyon haberlerinin toplanişından aktarılışına kadar her aşamasında değişimlerin yaşanmasına neden olmuştur⁸⁷.

Küreselleşme olgusunun sınırları ortadan kaldırmasıyla, mesafeler önemini yitirmiş ve dünyanın her hangi bir yerinde olup biten ekonomik, siyasal, kültürel olaylar ve gelişmeler artık herkesi ilgilendirir bir durum haline gelmiştir. Televizyon haberleri tüm bu gelişmelerin iletiminde en ucuz ve en kolay erişilebilir haber türü olarak, yine toplumun büyük kesimleri tarafından izlenmeye devam etmiş ve diğer haber kaynaklarından daha fazla, haberin alındığı kaynak olma özelliğini korumuştur. Gün geçtikçe artan ekonomik ve siyasal ilişkiler nedeniyle, habere olan talep de giderek artmış, daha fazla bilgi, daha çok haber programını beraberinde getirmiştir. Dijital teknoloji ve uydular sayesinde canlı yayınlar daha sık kullanılır olmuş, her an her yerden bilgi akışı mümkün hale gelmiştir. Haber kuruluşları giderek daha fazla maddi kazancı hedefleyen ticari kuruluşlar haline gelmiş, bir haber endüstrisi oluşmuştur⁸⁸.

Medyada gazeteler, televizyon kanalları ve radyolar belli ellerde etkinlik göstermeye başlamış, küçük yayın işletmelerini kendi bünyelerine katan, kar peşinde koşmada sınır tanımayan, dev medya imparatorlukları ortaya çıkmıştır. Bu imparatorluklar, iletişim ve bilişim alanlarına bağlı televizyon, telefon, web gibi tüm hizmetleri tek elde toplayarak ya da ortaklıklar kurarak, giderek artan veri akışının belli grupların elinde ve kontrolünde bulunmasını sağlamışlardır. Hedef, artık tüketici olarak kabul edilen izleyici kitlenin karşısında tek muhatap olarak, onlara haber, eğlence, kültür, ekonomi vs. gibi her konuda bilgiler sağlayarak, tüketici kitleyi elinde tutmak, durmadan büyümek ve tüm iletişim kesimlerine yayılmak olmuştur. Bu büyüme karşısında ulusal tekeller de yıkılmış, dünya çapında iletişim zincirlerinin bütününe sahip olma tutkusunun yarattığı acımasız rekabet ortamının sonuçları, televizyon haberleri dahil tüm medya içeriklerinde kendini hissettirmiştir. Giderek yalnızca iş

⁸⁶ Aynı, s. 212.

⁸⁷ E. Nezh Orhon, **Değişim Değeri Açısından Televizyon Haberi-Teknolojik Ve İdeolojik Boyutuyla Metalaşan Televizyon Haberleri** (Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2004),s. 31-32.

⁸⁸ Aynı, s. 3-8.

yasalarına ve ticaret mantığına uygun içeriklerle donanan medyanın, izleyici kitlelere karşı birincil olarak yapmak zorunda oldukları kamusal görevler bir kenara itilerek, ekonomik verimlilik ve kar ana hedef haline gelmiş⁸⁹.

Medyada rekabet ortamının giderek artmasıyla, yönetici kadrolar da medya sektöründen değil, girişim dünyasından iş adamları olarak görülmeye başlanmıştır. Televizyon haberleri artık bilgi vererek kamuoyunu aydınlatan kamu yararına işler olarak görülmeyip, izlenme oranını artırarak kar elde etmesi beklenen ürünler haline gelmiştir. Sonuçta birbirini atlatmaya çalışan, ilgiyi kendi haberlerine çekmek uğruna haberlerde her yola başvuran ve etik kuralları ihlal eden kanallar, sahip oldukları teknolojik üstünlükleri de sonuna kadar kullanarak, rekabet ortamını iyice artırmışlardır⁹⁰.

Artan kanal sayısı, artan haber sayısı ve haber üzerinde denetimin yetersizliği, haberlerin niteliğini oldukça değiştirmiştir. Haber programları canlı yayında haber verme olgusunun yarattığı “gerçek ve anında olay yerinden haber verme” durumunu, heyecan yaratarak ve haberi basitleştirerek, en ilgi uyandırıcı hale getirerek vermeyi gelenek haline getirmişlerdir⁹¹. Böylece haberin sunuluş biçimi değişmiş, daha dramatik anlatımlar, habere ilgiyi artıracak sunucular, onların jest ve mimikleri, giyimleri vs. ön plana çıkmış, televizyon haberciliği şov programları ile aynı kategorilerde değerlendirilmeye başlanmıştır⁹². Siyasal ve toplumsal haberlerin sayısında ve oranında önemli düşüşler yaşanırken, biraz dedikodu, biraz günlük hayat, çokça da medyatik kişilerin yer aldığı magazin haberlerinde önemli bir artış yaşanmıştır⁹³. Üstelik izlenme oranlarının temel alınmasıyla, haberi çekici kılabilen dramatikasyon, müzik, aşırı vurgulanmış cinsellik gibi unsurlar, haber içeriklerinin haber değerini düşürürken, haber bültenlerinin süreleri de bir saatin üzerine çıkarılmıştır. Sonuç olarak, televizyon haberciliğinde haber kavramı önemli ölçüde nitelik kaybetmiştir⁹⁴.

⁸⁹ Ramonet, a.g.e., 141-161.

⁹⁰ Aynı, s. 16-17.

⁹¹ Aynı, s. 24.

⁹² Aynı, s. 37.

⁹³ Ragıp Duran, *Burası Dünya Polis Radyosu* (İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 1999), s. 21.

⁹⁴ Hakan Ergül, *Televizyonda Haberin Magazinelşmesi* (İstanbul: İletişim Yayınları, 2000), s.172-174.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TELEVİZYON HABERLERİNDE ETİK BOYUTLAR

1. TELEVİZYON HABERLERİNİN YAPISAL ÖZELLİKLERİ AÇISINDAN ETİK BOYUTLAR

Televizyon haberciliği, okuma yazma alışkanlığının fazla yaygın olmaması, habere daha sınırlı zamanda ve daha az parayla ulaşılabilir olması, hareketli görüntü üstünlüğüne sahip olması, başka işlerle meşgulken de haber bültenlerinin izlenebilmesi, kaçırılan bir haber bülteni yerine başka bir kanaldaki haber bülteninin tekrar izlenebilmesi gibi özelliklerinden dolayı yazılı basının ve radyonun önüne geçmiştir⁹⁵. Gündem belirleme konusu giderek daha büyük ölçüde televizyon tarafından yapılmakta, bir tartışma konusu yazılı basında çalışan gazeteciler tarafından ortaya atılsa bile ancak televizyonda da ele alınınca gerekli ilgiyi görmekte ve gündem maddesi sayılmaktadır⁹⁶.

Televizyon haberi, olayları yazılı basından daha önce, daha hızlı iletebilecek teknolojik olanaklara sahiptir. Olay yerinden canlı yayımlarla, daha olay yaşanırken ya da henüz bitmişken, evlerinde ekran başındaki insanlara ulaşabilmektedir. Televizyon haberleri bir tür özet haber niteliğindedir. Eldeki görüntü ile paralel yazılan bir haber metni eşliğinde kurgulanarak izleyiciye iletilir. Gazete haberi gibi uzun uzun okumaya, dönüp bir daha tekrarlamaya olanak vermez. Kaydedilmediği sürece kalıcılığı yoktur, ekrandan akar geçer. Televizyon olayların dış görünüşüne önem vererek, derinlemesine incelemeyi, ayrıntıları önemsemez⁹⁷. Televizyon haberciliğinin giderek artan önemi etik açıdan ele alınmasını zorunlu kılmaktadır.

1.1. Görselliğin Önemi

Görüntü, fotoğrafla başlayan ve televizyonla birlikte doruk noktasına ulaşan, modern iletişim etkinliğinin temel unsuru olarak kabul edilmekte, eğitsel, sanatsal, politik v.s. gibi televizyon dışı pek çok alanlarda da görüntünün gücünü bilen kitle

⁹⁵ Ece Saygun ve Belma Akşit, "Türkiye'de Televizyon Haberciliği ve Etik Boyutları", 1. İletişim Kongresi Bildiriler Kitapçığı (İstanbul: 1-3 Mart 2000), s. 317.

⁹⁶ Pierre Bourdieu, *Televizyon Üzerine*. Çeviren: Turhan Ilgaz. (İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 1997), s. 55-56.

⁹⁷ Parsa, a.g.e., s. 27.

iletişimciler tarafından kullanılmaktadır. Görüntü basit kodlar taşıdığı ve içeriğindeki bilginin zenginliğinden çok kolay anlaşılabilirdiği için ve daha da önemlisi insanlara çekici gelerek etkilediği için tercih edilmektedir⁹⁸.

Televizyon haberciliğinde görüntünün değeri üzerinde giderek artan bir vurgu oluşmaktadır. Haberciler, gerçekte neler olduğu ya da niçin olduğu hakkındaki sorulara gerekli cevapları veremeseler de, güncel görüntüleri görmeyi bekleyen izleyicilere, en yeni görüntüleri göstermek için büyük çabalar harcamakta, haberlerin daha canlı görünmesini sağlamaktadırlar. Televizyondaki görsel vurgunun artması için gereken elektronik göstergeler, grafikler, alt yazılar gibi diğer unsurları da işin içine katmaktadırlar⁹⁹.

Televizyon haberinin ana unsurunun görüntü olması ve görsel yönünün ağır basması, televizyon haberini hem özel ve önemli yapmakta hem de en çok eleştiri alan yönü olmaktadır. Bazı haberler görsel güçleri olmadığı için göz ardı edilirken, bazı önemsiz haberler de görsel güçleri ve güzel görüntüleri sayesinde ön plana çıkabilmekte, ekranda önemiyle ters orantılı bir süreyi işgal edebilmektedir¹⁰⁰.

Televizyon haberinde görsellik öyle önemli bir hal almıştır ki, televizyon haberciliği alanında aktif görev yapan bir isim olan Haksever "tv'de izlediğiniz bir haberi eğer sırtınız dönük anlayabiliyorsanız, o tv haberi kötü bir haberdır" diyerek, görüntünün televizyon haberi için çok şey anlamına geldiğini vurgulamaktadır.¹⁰¹

Yine alandan bir isim olan Aslanbay, görüntünün önemine değinirken, televizyon haberciliğinde yapılan işin haberin görüntülenmesi değil, görüntünün haber haline getirilmesi olduğunu söylemektedir. Aslanbay'a göre, bu durum televizyonun hem en güçlü, hem de en zayıf yanıdır, çünkü kamera olayı kaçırdığında, haber de kaçmaktadır. Eğer görüntü tek başına bir şeyleri anlatabiliyorsa, televizyon haberciliği amacına ulaşmış demektir¹⁰².

⁹⁸ Nazım Kutlu, "Görüntünün Büyüsü", **Kamera Dergisi**, Haber Kameramanları Derneği Yayın Organı, Sayı: 3 (1998), s. 28.

⁹⁹ Graeme Burton, **Görünenden Fazlası: Medya Analizlerine Giriş**. Çeviren: Nefin Dinç. (İstanbul: Alan Yayıncılık, 1995), s. 144.

¹⁰⁰ Matelski, **a.g.e.**, s. 22.

¹⁰¹ Oğuz Haksever, "Çağdaş Televizyon Haberciliğinde Yeni Yaklaşımlar", Seminer Konuşmaları, http://www.byagm.gov.tr/seminerler/tunceli_ix/tunceli_13.htm. 12.07.2003.

¹⁰² Ümit Aslanbay, "TV, Haberciliği ve Haber Tekniği", <http://www.byagm.gov.tr/seminerler/Burkan.10>. 12.07.2003.

Matelski görüntünün önemine değinirken Etiyopya'daki kıtlık olayının dünya çapında televizyon ekranlarında görüldükten sonra izleyicilerin dikkatini çektiğini ve uyandırılan merhamet duygusuyla bürokratik, ideolojik vs. engellemelerle oluşturulan geciktirilme sürecinin aşılabildiğini, dikkatler çekilmeden önce ölenler gibi binlerce insanın daha ölmesinin önüne geçilebildiğini ifade etmiştir. Ancak bu olay televizyonun iyi yönünü ortaya çıkarsa bile, televizyon habercilerinin kıtlığa ilişkin görsel malzemeyi ele geçirinceye kadar yiyecek sıkıntısını görmezden geldiği yolunda suçlamalar yapılmış, herhangi bir başka ilgi odağı olacak haber gelir gelmez bu olayın gündemlerinden çıkarılacağı yönünde endişeler yaşanmıştır. Bunun da nedeni televizyonda her haberin kısaca ele alınması, bir başka haber görüntüsü elde edilince de çok çabuk unutulmasıdır¹⁰³.

Televizyon haberciliğinin temel dayanağı olan görüntünün beraberinde getirdiği sorun ise, yalnızca görülebilir olanın haber niteliği olduğu, görülebilir olmayanın, görüntüsü olmayanın televizyonda kullanılmayacağı, dolayısıyla medyatik olarak varlığının söz konusu olamayacağıdır. Böyle olunca da, çarpıcı görüntü sağlayan şiddet, felaket, acı içeren olaylar ikincil derecede önemli bile olsalar, öncelikli haber konumuna kavuşmaktadırlar. Bu tip olayların görüntülerinin uyandırdığı heyecan ve şok etkisi, televizyon dışındaki medyalarda aynı etkiyi gösterememektedir. Tek bir görüntü, pek çok sözcükten daha vurucu olabilmekte, sözcüklerin ağırlığı, görüntülerin şokuna denk gelememektedir. Görüntü yoksa, gerçek de yoktur anlayışı egemen olmaktadır¹⁰⁴. Bu durumda da haberde düşünceden çok hareket, açıklamadan çok şaşırtıcı unsur ve fikirlerden çok kişisel düşüncelere dayalı bir yapı ortaya konmaktadır¹⁰⁵. Bu yapıyla anlam üretmek yerine izleyiciye bir gösteri sunulmuş olmaktadır, ilginç görüntüler ortadan kalktığında ise haber programları izlenmez olacaktır¹⁰⁶.

Haksever, suç, kaza ya da şiddet görüntüleri ekrana geldiğinde, izleyicilerin duyduklarına pek dikkat etmediğini, sadece görüntüye odaklandığını ifade etmektedir. Ayrıca bu tür görüntülerden önce verilen cümlelerin de unutulduğunu, bu yüzden bilgilerin görüntülerden sonra verilmesinin daha doğru olacağını dile getirirken, aslında

¹⁰³ Matelski, a.g.e., s. 24.

¹⁰⁴ Ramonet, a.g.e., s. 30-31.

¹⁰⁵ Brain Groombridge, *Televizyon ve İnsanlar*. Çeviren: İbrahim Şener. (İstanbul: Der Yayınları, 1972), s. 95.

¹⁰⁶ Jean Baudrillard, *Sessiz Yığınların Gölgesinde ya da Toplumsalın Sonu*. Çeviren: Oğuz Adanır. (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1991), s. 65.

görüntünün önemine çok önemli bir vurgu yapmaktadır. Görüntü sözü unutturmaktadır. Görüntü seçiminde ise çok kısa, klip gibi sık değişen görüntülerin değil, daha uzun akılda kalıcı, haberi ağırlaştırıp, anlamayı kolaylaştırıcı görüntülerin kullanılması ideal olmalıdır¹⁰⁷.

Görüntü televizyon haberi için çok önemli kabul edildiğinden, görüntüsü olmayan haberlere haberciler arasında “çöp haber” denilmekte, ya bülten dışı bırakılmakta ya da mevcut olmayan görüntülerin yerine, animasyon olarak hazırlanmış efektler, canlandırma teknikleri, çeşitli dramatik öğeler, çarpıcı müzikler konularak haberin inandırıcılığının artırılması için uğraşmakta ve izleyiciye teknolojik gelişmelerin gerisinde kalınmadığının ispatı yapılmaya çalışılmaktadır¹⁰⁸.

Esslin, görüntünün asıl olayın büyüklüğünü ve merkezini de değiştirdiğini dolayısıyla yanıltıcı etkilerini ise şu şekilde dile getirmektedir;

“Dramatik görüntülerin bulunabilmesi veya bunlara ulaşılabilmesi, televizyon izleyici kitlesinin durumun bütününden haberdar olmasını ciddi biçimde engellemektedir. Bir kamera ekibinin o mahallede bulunma şansından dolayı veya söz konusu olan bir bölge dünyanın dikkatinin tam merkezine sıçrayacak, öte yanda ise daha büyük ihtiyaç sahibi olan ve daha fazla zarar gören diğer açlık bölgeleri göz ardı edilecektir. Mesela, son yıllarda, Orta Afrika'daki aşırı kurak bölgelerde açlık çeken insanlar televizyona ya hiç çıkarılmadığı veya çok az çıkarıldığı halde, dikkatler önemli ölçüde Kamboçya'daki açlık üzerine odaklaştırıldı. Çünkü Vietnam Savaşı ertesinde ve Tayland'a kolay ulaşılabilmesi nedeniyle, bu büyük bir haberdir.”¹⁰⁹

Televizyonda görselliğin önemini açıklamaya çalışan Bourdieu, televizyonun yarattığı gerçek etkisi olarak adlandırılan şeyi yaratabilmek, gösterebilmek ve gösterdiği şeye inandırabilmek gibi bir özelliği olduğunu savunmaktadır. Bu özellik sayesinde, gelgeç olaylar, karışıklıklar ya da her gün karşılaşılan kazalar, ırkçılık, yabancı düşmanlığı, yabancıya karşı duyulan korku, nefret gibi, çoğu kez olumsuz nitelikteki güçlü duyguları alevlendirmeye elverişli, seferber edici, toplumsal etkiler uyandırabilecek tarzda, toplumsal bir inşa da uygulamaktadır. Kısacası televizyon haberlerinde görüntünün gücüyle, sadece gördüğünü aktarmak yerine gerçeklik

¹⁰⁷ Haksever, a.g.e.

¹⁰⁸ Yusuf Yurdigül, “Türkiye’de Televizyon Haberciliğinde Sıradışı Kimliğin Sunumu; Travesti Konulu Haberler.” (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2002), s. 68.

¹⁰⁹ Martin Esslin, *TV Beyaz Camın Arkası*. Çeviren: Murat Çiftkaya (İstanbul: Pınar Yayınları, 1991), s. 57.

yaratmak gibi bir durum ortaya çıkmaktadır. Bu durum ise, televizyonun toplumsal hayatın oluşumunda ve anlamlandırılmasında çok önemli bir rol oynadığının bir göstergesi olmaktadır¹¹⁰.

1.2. Televizyon Haberinin Dili

Televizyon haberlerinde görüntünün, görüntü boyutunun televizyon haberinin dilini oluşturan en önemli öge olduğu söylenmekle birlikte, televizyon haberleri sadece görsel öğelerle yapılmamakta, televizyonun işitsel yönüne yönelik olarak yazılan haber metinleri haberleri açıklayıcı ve tamamlayıcı olmaktadır.

Televizyon haberlerinde haber dili teknik bir yapı göstermektedir. Enformasyonun haber yazım tekniği içine alınıp işlenmesi ile gerçekleşmektedir. Haber metnini yazan kişinin kişisel üslubunu işin içine katması söz konusu değildir. Haberin anonim ve global kabul görmüş üslubu metne hakim olmalıdır. Haberin rapor haline getirilmesi ya da hikayelenmesi sırasında evrensel kodlama, aktarım biçimleri ve klişeler haber metnini oluşturmaktadır. Haberin dili, enformasyonun seçimi, işlenmesi ve dolayımlanması aşamalarında kullanılan kodlamalarla oluşturulan aktarım biçiminin, izleyicilerin algılaması ve haberi anlaması göz önüne alınarak kurgulanmasıdır¹¹¹.

Televizyon haberciliğinde konuşma biçiminde haber verme gibi bir ortak dil kullanımı ve haber sunumu gelişmiştir. Radyodan sadece ses dinlenebiliyorken, televizyonda haberi sunan kişinin sesi, yüzü, bedeniyle bir bütün halinde görülmesiyle habere insan ögesi katılmıştır ve haber sunucuları ön plana çıkmaya başlamıştır¹¹².

TV haberinin görselliğe dayalı olması nedeniyle, okuma yazma bilmeyenler de dahil, hedef kitlesinin toplumdaki hemen hemen herkes olduğunu ifade eden Haksever'e göre , bu nedenle haberlerin açık ve anlaşılır, çok sade, akılda kalıcı ve ilgi çekici bir dilde olması gerekmektedir. Anlaşılmadığı sürece tüm yayıncılık ilkelerine de uyulsa, dünyanın en saygın gazetecileri bir araya da gelse, yapılan işin izleyici için bir anlamı yoktur. Başarılı olmak için, televizyona haber yazan kişilerin, iyi eğitim almış, dili iyi kullanabilen, bu konuda teknik geliştirmiş kişiler olması gerekmektedir. Televizyon haberciliğinde izleyicinin ilgisini sürekli kılmak ve akılda kalıcı olmak için öyküsel anlatım tarzı tercih edilmelidir. İzleyicinin hafızasını zorlamasını gerektirmeden, haberi

¹¹⁰ Bourdieu, a.g.e., 25-27.

¹¹¹ Nurdoğan Rigel, *İleti Tasarımında Haber* (İstanbul: Der yayınları, 2000), s. 180-183.

¹¹² Parsa, a.g.e., s. 26.

unutup düşünmesine yol açmadan haberle ilgili gerekli bilgilerin hemen verilmesi gerekmektedir¹¹³.

Televizyon haberciliğinde görüntü, çok önemli olduğu gibi haber dilinin öneminin ikinci plana atılmasına da neden olabilmektedir. Haber metni görüntüyü tamamlayıp, inandırıcılığı artırmak, algılamayı ve hafızada kalıcılığı kolaylaştırmak üzerine kurulmuş tekniklerle yazılmaktadır. Keskin anlamlı yüklem kullanımı, güçlü negatif ya da pozitif cümleler, ikna etmek, istenen etkinin yaratılmasını sağlamak için kullanılmaktadır¹¹⁴.

Televizyon haberlerinde, isim tamlamalarının ve devrik cümlelerin mümkün olduğunca az kullanılmasının haberin anlaşılır olması açısından önemlidir. Haber metni kısa olmalıdır. Sekiz saniyeyi aşan cümlenin anlaşılabilirliği azalttığını ve bu nedenle iki kelimenin bir saniyeye denk geldiği hesabına dayanarak, iki ya da üç satırla sınırlı kalınması gerektiğini ifade eden Tuncel'e göre, habere ilgiyi çekecek ilk nokta flaş cümlesidir, bu ilk cümle, kısa ancak, öz ve olayın can damarını verecek özellikte olmalıdır. Kilit sözcük cümle başında kullanılmamalı, seyirci haberin ilk birkaç saniyesinde haberi kaçırabildiğinden, haberin algılanabilmesi için, kilit sözcük ya da sözcükler, cümlenin ortalarında yer almalıdır. Seyircilerin haberin başını kaçırabilecekleri varsayımıyla, haberin sonunda da bu sözcüklere tekrar yer verilerek, haberin anlaşılabilirliği sağlanmalıdır¹¹⁵.

Farklı konulardaki haberlerin üslubunda da farklılıklar olması doğal kabul edilmektedir. Bir magazin haberi ile spor haberinin ya da trajik bir olayı anlatan haber ile mizah içeren bir haberin dili değişiklikler göstermektedir. Haber dilinin somut ve kesin ifadeler taşıması, tereddüt izlenimi veren cümlelere yer vermemesi, izleyicilerde yaratacağı güven duygusu açısından önem taşımaktadır. Haber dili mümkün olduğunca canlı ve olayların özünü en kısa şekilde anlatacak nitelikte olmalıdır¹¹⁶. Her şey seyircinin ilgisini çekerek izlenmeyi sağlamak içindir.

¹¹³ Haksever, a.g.e.

¹¹⁴ Şengül A. Özerkan, *Medya Dil ve İletişim* (İstanbul: Martı Yayınları, 2001), s. 121-122.

¹¹⁵ Mustafa Tuncel, "Televizyon Haberciliği", *Yerel Televizyonculukta Meslek İçi Eğitim, Yerel Basın Eğitim Seminerleri Dizisi* :12 (Kütahya : Erdini Basım ve Yayınevi, 15-16 Haziran 1999), s.118-120.

¹¹⁶ Şeker, a.g.e., s. 76-78.

Az kullanılan, yabancı kökenli ya da kamunun bilmediği bilimsel sözcüklerin kullanımından kaçınmak gerekmektedir. Kullanılması gerekiyorsa da bu tür sözcükler tanımlanarak, izleyicinin anlaması kolaylaştırılmaya çalışılmalıdır. Yine izleyicilerin haberi anlayabilmesi açısından, metinler gerektiği kadar uzun, olabildiğince kısa, içerikte neyin ne kadar verileceği konusunda ölçülü ve dengeli olmak zorundadır¹¹⁷.

Televizyon haberlerinin dili üzerine eleştirel yaklaşımlar da ileri sürülmektedir. Televizyon haberlerinde kullanılan dil biçiminin temelini telgraf dili olduğu, bilgileri basitleştirirken yüzeyselleştirdiği, iletilen bilgiyi bağlamından kopardığı, kolay iletilebilir ancak içeriksiz ve genel bir enformasyona dönüştürdüğü ileri sürülmektedir. Bu açıdan bakıldığında, bilgi bağlamsız enformasyona dönüşerek metalaşmakta ve ilginç, çarpıcı, heyecan uyandıran birbirinden bağımsız art arda gelen iletilerden oluşan, bilginin popülerize edildiği bir içeriğe sahip olmakla birlikte, bireysel ve toplumsal yapılanmada temel rolünden uzaklaşmaktadır. Bir başka deyişle haber, televizyon diliyle tanıştığı anda, asıl amacından uzaklaşarak, gösteri işine girmiş olmaktadır¹¹⁸.

1.3. Televizyon Haberlerinde Ses ve Müziğin Kullanımı

Televizyon yapımlarında görsel öğelerle birlikte, işitsel öğeler de verilerek, estetik boyut oluşturulmaktadır. Ses ve görüntünün birlikte kullanımındaki amaçlar, gerekli ve ilave bilgileri sağlamak, ruh durumunu, estetik yapıyı kurmak ve görüntüdeki olayların ritmik yapısına katkıda bulunmaktır¹¹⁹.

Görsel anlatımla bütünleşen sözler, ekranda hızlı ve doğru bir etki yaratarak, sadece görüntü ile iletilemeyecek kavramların izleyicilere anlaşılır bir tarzda aktarılmasını sağlamaktadır. Örneğin soyut kavramların görsel olarak verilebilmesi çok zorken, uygun kelimelerin kullanılmasıyla bu durum başarılabilmektedir. Görüntüye müziğin eşlik etmesiyle ruh durumu ve estetik yapı kurulması gerçekleşmektedir. Coşkulu ve canlı müzikler, mutluluğu çağrıştırırken, ağır ve karamsar müzikler, üzüntü hissi yaratmaktadır¹²⁰.

¹¹⁷ Kemal Aslan, *Haberin Yol Haritası* (İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi, 2002), s. 79-80.

¹¹⁸ Ergül, a.g.e., s. 27-28.

¹¹⁹ Herbert Zettl, *Sight, Sound, Motion: Applied Media Aesthetics* (California: Wadsworth Publishing Company Inc., 1973), s. 228-330.

¹²⁰ Berrin Durmaz, *Televizyon Haber Programlarında Gerçekliğin Sunumu*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1996), s. 45.

Ses ritmi, görsel devamlılık için önemlidir. İzleyici, görüntüdeki olayların ritmik yapısından etkilenecek, izlediği olayları bir bütün içinde algılayabilmektedir. Ayrıca ses, sadece görüntüyü desteklemekle kalmayıp, görüntünün güçlendirilmesinde ve devamlılığın sağlanmasında da önemli bir işlev görmektedir. Görüntüdeki ayrıntıları destekleyerek, izleyicinin ilgisinin devamlılığını da sesin kullanımı sağlamaktadır¹²¹.

Gerçek yaşamda yeri olmayan ve gerçeklik taşımayan müzik, televizyon programlarında ve haberlerinde yardımcı bir öğe olarak kullanılmaktadır. Müzik kullanımı olaya dramatik bir hava katmakta, karakterleri, olayları tanımlayarak, görüntüleri pekiştirmekte, betimlemekte ve görüntüler arasında geçişi kolaylaştırmaktadır. Ayrıca ortamdaki atmosferi açığa çıkararak, destekleyici etki yaratmaktadır¹²².

Televizyon haberciliği, hem görsel hem de işitsel özellikler taşıdığından, diğer televizyon programları gibi görüntü ile birlikte sesi kullanırken, amaç aynıdır. Görüntünün sağlayamadığı bilgiler anlatım aracılığıyla verilerek, izleyicilerin de haberi daha iyi anlaması sağlanmaya çalışılmaktadır. Görüntü sesle birlikte kurgulanırken, doğal seslerden yararlanıldığı gibi, haber üzerine okunan metin ve habere döşenen müzik ile etkisi artırılmak istenmektedir.

Haberlerde ses kullanılırken, seslerin görüntü ile uyumlu olması, etkileyici kullanımı, habere izleyicinin ilgisini artıracak gibi, haberin inandırıcılığını ve çarpıcılığını da artırmaktadır. Görüntü ve sesin bir arada kullanımının yarattığı etkiyi açıklamakta, Vietnam Savaşı'nda yaşanan bir olayın televizyonlara yansması ve toplumsal bir etki ortaya çıkarması örnek olarak verilebilir. Amerikalı askerlerin, yaralı bir Vietnamlı askeri, bir kovuktan dışarı kaba hareketlerle çıkarmaları, eziyet ederek kolunu kırmaları, Vietnamlı askerin çığlıkları ve bir Amerikalı askerin alaycı bir sesle "Ne oldu asker, seni incittim mi?" diye sorması iki dakikalık bir haber olarak ABC televizyonunda gösterildikten sonra, kuruma çok sayıda tepki telefonları ve mektupları

¹²¹ John Ellis, *Visible Fictions: Cinema, Television, Video* (London and New York: Routledge, 1982), s. 128-129.

¹²² Nadi Kafalı, *TV Yapımlarında Teknik ve Kuramsal Temeller* (Ankara: Ümit Yayıncılık, 1993), s. 99-101.

gönderilmiş, ülkede o güne kadar görülmemiş bir toplumsal hareket başlamış ve Amerikan halkında savaşa karşı bir kamuoyu oluşmasına neden olmuştur¹²³.

Haberlerde müzik kullanımı, daha haber bülteni başlarken işin içine girmekte, seçilen müzikler genellikle, önemli haberler verileceğini söylemektedir. Oysa müzik kullanımı, haberi, günlük olayların dramatize edildiği tiyatro, opera v.s. ile eşitleyerek gerçek dışı bir simgesel olay haline getirmektedir. Gerçek hayatta ise olaylar müzik eşliğinde olmamaktadır¹²⁴.

Hemen hemen bütün televizyon programları, izleyicilerin hangi duygulara kapılacaklarını bildirecek şekilde müzik eşliğinde hazırlanmaktadır. Fonda duyulan müzik standart bir teatral araç olup, onun olmaması kötüye işaret sayılmaktadır¹²⁵. Postman, haberlerde müzik kullanımının haberde yarattığı değişimi şu şekilde ifade etmiştir;

“Bütün haber programları müzikle başlayıp, müzikle bitmekte ve yine müzik eşliğinde ara verilmektedir. Bu uygulamayı tuhaf bulan pek kimse yoktur. Bu uygulama ciddi kamusal söylem ile eğlence arasındaki ayrım çizgilerinin silinmesinin bir kanıtıdır. Haber programlarına müzik konmasının nedeni, sinemaya ve tiyatro oyununa müzik konmasıyla aynıdır, eğlenceye uygun bir ruh hali yaratmaktır. Haber müzikle bittiğinde, izleyicilere dehşete düşecek bir şey olmadığı, aktarılan haberlerin gerçeklikle ilgisi olmadığı, bir oyun sahnesinden farksız olduğu verilmektedir”¹²⁶.

1.4. Televizyon Haberlerinde Sürenin Önemi

Haberin zaman, görsel estetik ve ekonomik bir takım sınırlamaları vardır. Elde pek çok haber olabilir ama haber bültenlerinin süreleri ile verilebilecek haberler sınırlandırılmaktadır. Bu sebeple haberler arasından bir seçim yapılması ve olabildiğince kısa haberler verilmesi televizyon haberciliğinde izlenen bir yol olmuştur¹²⁷.

Televizyonda süre kısıtlı olduğundan, yayın saatleri ve içerikleri programlıdır. Haber bültenleri genelde otuz ya da kırk beş dakikayken, otuz saniyeden iki dakikaya kadar sürebilen, ortalama yirmi habere yer verilebilmekteydi¹²⁸. Bu süre, son yıllarda

¹²³ Parsa, a.g.e., s. 57-58.

¹²⁴ Neil Postman ve Steve Powers, *Televizyon Haberlerini İzlemek* (İstanbul: Kavram Yayınları, 1992), s. 90.

¹²⁵ Postman, 1994, a.g.e., s. 101.

¹²⁶ Aynı, s. 115.

¹²⁷ Matelski, a.g.e., s. 21.

¹²⁸ Parsa, a.g.e., s. 25.

bir saati bulmuş, hatta bir saati de geçmiştir. Bu kısıtlı sürenin en ekonomik şekilde değerlendirilmesi, haber seçiminin ve sunumunun dikkatli yapılması gerekmektedir. Bunun için de haber seçiminde olayların haber değeri açısından titizlikle değerlendirilmesi gerekmektedir¹²⁹.

Oysa televizyon haber bültenlerinde süre açısından yaşanan genişleme, haber bültenlerinin içerdiği bilgi boyutunun artması sonucunu doğurmamıştır. Tam tersine süre arttığı halde, haber değeri taşıyan bilgilerde azalma olmuş, var olan süre önemsiz haberlerle doldurulmaya devam edilmiştir. François Seligman bu durumu şöyle değerlendirmektedir: “30 dakikalık televizyon haberleri içeriğinin, günlük gazetelerin bir sayfasına eşdeğer olduğu bilindiği halde, insan kendi kendine, televizyonun enformasyon için en uygun araç olup olmadığını ve görüntü bolluğunun iletinin anlamını bozup bozmadığını sormaktadır”¹³⁰.

Televizyon haberleri sınırlı zamanda, en çok kişiyi ilgilendiren, en önemli haberleri vererek kamuoyunu bilgilendirme görevini yapmak zorundayken, bugün tartışılan etik sorunlardan biri de önemli haberlere gereken önemin verilmeyip, habere ayrılan sürenin önemsiz, eğlencelik, magazin olaylarla doldurulmasıdır. Kısıtlı zamana sahip televizyon haberleri kıymetli zamanını önemsiz olaylar için kullandığında, önemsiz gibi görünen bu haberler, önemli haberleri dışladığı, gizlediği ölçüde önemli hale gelmektedir. Pek çok insanın tek haber kaynağı olarak televizyonu kullandığı düşünüldüğünde, bu insanların gerçekte, hemen hemen hiç bilgilendirilmediği ortaya çıkmaktadır¹³¹.

Esslin, televizyon haberlerinde sürenin kısıtlı oluşu nedeniyle haber yapımcılarının editoryal kararlarında oldukça seçici davranmalarının zorunlu olduğunu ifade etmektedir. Ancak bu seçimde en büyük görsel heyecanı ve dramayı vaat eden konuların ön planda yer aldığını, uzun dönemde taşıdıkları anlam açısından daha önemli olan fakat çok az görsel ve dramatik etkiye sahip hikayeleri olan olayların ise daha üstünkörü bir ilgiyle karşılandığını vurgulayan Esslin, bu problemde izleyicilerin de etkili olduğunu, izleyicilerin televizyonu esas itibarıyla bir eğlence aracı olarak görme tavrı içinde bulduklarını düşünmektedir¹³².

¹²⁹ Atilla Girgin, **Yazılı Basında Haber ve Habercilik Etiği**. (İstanbul: İnkılap Yayınları, 2000), s. 73.

¹³⁰ François Seligman, “Televizyonda Enformasyonun Yeri”, **Medya Dünyası**. Çeviren: Oya Tatlıpınar. Derleyen: Jean-Marie Charon (İstanbul: İletişim Yayınları, 1992), s. 38-40.

¹³¹ Bourdieu, **a.g.e.**, s. 22-23.

¹³² Esslin, **a.g.e.**, s. 58.

CNN gibi küresel olduğu iddiasını taşıyan bir haber kanalı, eski karısını öldürmekle suçlanan ünlü futbolcu O.J. Simpson olayına haber programlarında 630 saat yani günde iki saat ayırarak¹³³, diğer önemli haberler için kullanabileceği saatleri ya azaltmış, ya da bir kısmını vermemiştir. Üstelik Simpson, bu olay olana dek Amerika dışında çok tanınmış bir kişi de olmadığından, çok kişiyi ilgilendiren bir haber olarak da kabul edilemeyeceği halde, olaya ayrılan süre televizyon haberciliği açısından çok önemli bir süredir. Bir olaya televizyonda bu kadar saat ayrılması, söz konusu olayın önemini artırıp, izleyicileri ciddi bir haber olarak kabul etmeleri yönünde zorlamakta, dünya ölçeğinde bir haber haline dönüştürmektedir. Yine Lady Diana'nın ölüm haberleri ve canlı yayınlanan cenaze töreni, Clinton-Lewinsky ilişkisi gibi olaylara ayrılan televizyon haberciliği için çok değerli saatler, geriye kalan tüm haberlerin silikleşmesine, önemsiz kabul edilmesine ve görünmez hale gelmesine yol açarak, neredeyse tüm dünyanın dikkatinin olması gereken yerlerden başka taraflara çevrilmesine neden olmaktadır¹³⁴.

1.5. Televizyon Haberlerinde Mekanın Düzenlenmesi

Televizyon programlarında mekan kullanmada başlıca amaç, izleyiciye sunulan olaya ilişkin atmosfer yaratmaktır. Kullanılan mekanlar doğal ve yapma mekanlardan (stüdyo) oluşur. Doğal mekanlar olayın geçtiği atmosferi izleyiciye en iyi şekilde yansıtan gerçek mekanlar olup, yapay mekanlar, çeşitli araç-gereçlerle hazırlanan ve doğal ortama uygunluğu sağlamak amacıyla oluşturulan mekanlardır¹³⁵. Televizyon programlarında kullanılan mekanlar, kişiler, nesnelere ve olaylar kadar önem taşımaktadır, çünkü mekan izleyiciyi olayın içine çekerek gerçeklik duygusu yaratmaya yardımcı olmaktadır¹³⁶.

Televizyon haberine konu olan olayın geçtiği mekan doğal mekandır. Doğal mekan açılışı yapılan bir tesis olabileceği gibi, trafik kazasının gerçekleştiği bir karayolu da olabilir. Kısacası doğal mekanlar geniş bir yelpaze içermektedir¹³⁷.

Televizyon haberlerinde, haberin sunulduğu yer olan stüdyolar, yapay mekanlar olup, bir takım simgesel düzenlemelerle, belli bir hareket ve gerilimin varolduğu

¹³³ Ramonet, a.g.e., s. 98.

¹³⁴ Aynı, s. 34-35.

¹³⁵ Nijat Özön, *Sinema: Uygulayımı-Sanatı-Tarihi* (İstanbul: Hil Yayınları, 1985), s. 113.

¹³⁶ Durmaz, a.g.e., s. 67.

¹³⁷ Aslan, a.g.e., s. 120.

hissettirilecek şekilde oluşturulmaktadır. Örneğin arka planda bir dünya haritası ya da farklı kıtalardaki zamanları gösteren saatler, dünyanın her köşesinden veri aktığı duygusunu yaratmak için kullanılmaktadır. Ya da stüdyodan duyulan elektronik yazı makinesinin sesi, ekranda duyulmaması mümkünken, sırf hareketliliği ve gerilimi göstermek için duyulmaktayken, şimdi yerini bilgisayar görüntülerine bırakmıştır. Gerilim, müzikle, elektronik yazı makinelerinin kesik ve kuvvetli vuruşlarıyla ve genellikle raporlarını temize çeken, telefonlara yanıt vererek oradan oraya koşan haber çalışanlarının görüntüleriyle ortaya konmaktadır. Teknik olarak, haber çalışanlarının izleyiciye görünmeden çalışacağı setler kurmak mümkünken, son durumların hızla değiştiği ve sürekli bir düzeltmenin gerekebileceği, olayların acil hissini yarattığı bu düzenlemeler izleyici üzerinde etki yaratmak amacıyla özellikle tercih edilmektedir¹³⁸. Haber sunucularının arka fonuna yerleştirilen pek çok ekrandan oluşmuş fon, televizyon haber programlarının izleyicilere ‘her an her yerde kameralarımız, dünyada neler olup bittiğini gözlemekte ve size yansıtmaktadır’ izlenimi yaratmak amaçlı kullandıkları simgelerdir¹³⁹.

Televizyon haberlerinde mekan düzenlemesi aydınlatma, renk kullanımı, çerçeveleme (görüntü düzenlemesi), çekim ölçekleri, kamera konumları ve kamera açıları ile de yakından ilgilidir. Haber içeriğinin yanı sıra, haberin sunulduğu çevre olan stüdyonun ışığı, rengi, sunucunun kamera tarafından uygun ölçeklerde çerçevesi gibi görüntü düzenlemeye yardımcı unsurlar haberin kavranışı açısından önemi büyüktür. İzleyicilerin duygularını etkileyerek, konuya ilgilerini çekmek, uygulanacak estetik kurallarla mümkün olmaktadır. Örneğin, sunucu kamera ile küçük bir açı oluşturacak şekilde oturduğunda iyi görüntü vermektedir. Ya da kameranın bakış açısı ve ışık ile izleyicilerde dramatik ve psikolojik etki yaratılabilmektedir. Kamera öznel olarak kullanıldığında, kişisel bir bakış açısı yaratılarak, izleyici olayları kendi gözüyle görüyor duygusu verilebilmektedir. Kamera alt açıyla çekim yaptığında, konuyu abartabilmekte, güç, üstünlük ve otorite duyguları açığa çıkarılabilmektedir. Ters durumda yani kamera üst açıyla çekim yaptığında ise, izleyici için görüntüdeki olay ya da kişiler güçsüzleşmekte ve küçülmektedir. Sonuç olarak, televizyon haberlerinde stüdyonun düzenlenmesi kadar, onun ekranlara yansıtılması, görsel algılamının

¹³⁸ Postman, 1992, s. 91.

¹³⁹ Ramonet, a.g.e., s. 51.

harekete geçirilerek haberin anlaşılabilirliğini ve çekiciliğini artırmada son derece önem taşımaktadır¹⁴⁰.

2. HABER VE HABER DEĞERİ AÇISINDAN ETİK BOYUTLAR

2.1. Televizyon Haberleri

Televizyon haberlerinin önemi, bilgilendirme ve eğitme işlevinin gerçekleştirilmesinde televizyonun önemli rol oynayabileceği gerçeğinden ve aynı anda pek çok kişiye birden ulaşabilecek yapıda olmasından kaynaklanmaktadır. Televizyon ana haber bültenlerinin yayın saatlerinin, prime-time denilen en çok izlenme oranına sahip saatlerde olması da bunun bir göstergesidir¹⁴¹. Yapılan anketlerde, insanların büyük bir çoğunluğunun günlük haberleri televizyondan aldıkları sonucu çıkmaktadır. Bu durum, televizyon haberlerine ayrı bir önem ve özen gösterilmesi gereğini doğurmaktadır.

Televizyon haberleri kamuoyunu doğru, çok yanlı, çok boyutlu, hızlı, inanılır ve güvenilir bir şekilde bilgilendirmeyi amaçlarken, sahip olduğu teknolojik olanaklar çerçevesinde görsel ve işitsel imkanlarını kullanarak günlük hayatın vazgeçilmezleri arasına girmeyi başarmıştır. Artan ekonomik ve siyasal ilişkiler nedeniyle habere olan talebin de artması, televizyon haberinin gelişmeleri en kısa zamanda ve en ucuz verebilen haber kaynağı olması, televizyon haberlerini cazip kılarak, televizyonda habere ayrılan sürenin de artmasına neden olmuştur¹⁴².

Televizyon haberi, gerçeğe bağlantılı ya da gerçeğin ta kendisi olduğu sanılmasından dolayı en etkili medya içeriğidir. Haberin amacı, gerçekleşen bir olayın kitlelere aktarılmasıdır¹⁴³. Haber konuları genellikle sıra dışı ve ilgi çekici olaylardan seçilmektedir. Habere değer konular bazı iletişimciler tarafından şöyle belirlenmiştir: “1. Yenilgi, başarı, karmaşa, gerilim. 2. Ülkeye, coğrafyaya, kültüre yakınlık ve

¹⁴⁰ Nedim Gürses, “TV Haberciliğinde Kamera Ve Kameraman”, **Maltepe Üniversitesi Meslek Yüksek Okulu Dergisi**, Sayı:1 (İstanbul: Maltepe Üniversitesi Yayınları, 2003), s. 89-102.

¹⁴¹ Ünal Uyguç ve Ali Genç, **Radyo Televizyon Haberciliği** (İkinci Basım, İstanbul: Avcıol Basım-Yayın, 1998), s. 218.

¹⁴² Orhon, **a.g.e.**, s. 3.

¹⁴³ Girgin, **a.g.e.**, s. 73.

yerellik. 3. Yenilik, güncellik. 4. Başarı, toplum üzerine etki. 5. Olağandışılık, duygusal yönden ilgi çekicilik”¹⁴⁴.

Her olay haber olamayacağı gibi, hangi olayın televizyon haberi olduğuna karar verme noktasında, muhabir, editör, kurumun kişiliği, haber değeri, izleyici profili gibi pek çok kriter göz önüne alınmakta, ekonomik kaygılar için içine girmekte, birçok basamaklardan geçilmekte ve olaylar elenmektedir. Olayın haber olarak ekranlarda yer almasına kadar devam eden bu süreçteki belirleyici unsurların ve habere yaptıkları katkıların incelenmesi zorunluluk gerektirmektedir.

Televizyon haberlerinde haberin konusu ne olursa olsun, haber çalışanlarının, olayları haber değeri açısından ele alırken gerçeklik, önemlilik, güncellik, kamu yararı, anlaşılabilirlik, tarafsızlık (objektiflik), ilginçlik, konuyla anlatım arasında düşünsel bağlılık (görüntülerin olayla örtüşmesi), haber-yorum ayrımının ortaya konması, haber-reklam ayrımının net bir şekilde yapılması, kişilik hakkı, özel yaşama saygı, bağımsızlık gibi ölçütlerle hareket etmesi etik olarak beklenen bir durumdur¹⁴⁵. Oysa pratikte bir konunun ya da olayın haber olabilmesi her şeyden önce, medyanın çıkar ve değer yargıları tarafından belirlenmektedir. Bir konu ya da olayın haber değerinin olup olmadığı, toplumun siyasal kültürüne, siyasal kültürün biçimlendirdiği medyaya ve medya çalışanlarına bağlı olmaktadır. Muhabirler, neyin anlamlı ya da anlamsız, değerli ya da değersiz, kısacası neyin haber değerine sahip olduğu konusunda seçim yaparken, kendi etik değerlerini ve yargılarını kullanmaktadırlar¹⁴⁶. Söz konusu değerler "estetik (güzel, çirkin, çekici, itici), mesleki (yaratıcı, özendirici, gerekli), mantiki (tutarlı, tutarsız, ölçülü, ölçsüz), sosyo-kültürel (verimli, verimsiz, çalışkan, tembel, yararlı, yararsız) ve ahlaki (dürüstlük, ahlaksızlık)" gibi bilinçli ya da bilinçsiz olarak harekete geçirdikleri değerlerdir¹⁴⁷.

Televizyon haberinin ilgi çekici olması, haber değerlendirme ölçütleri içinde en tartışmalı ilkelerden biridir. İlgi çekici olmak için, izleyicilerin insani ilgilerinin sömürüldüğü, arzuların kışkırtıldığı, yeni yaşam biçimlerinin pazarlandığı ve bireylerin tüketici haline getirildiği gibi eleştiriler yapılmaktadır. Mekansal (yaşanılan yere yakınlık), ekonomik, politik, kültürel ve toplumsal konular üzerine, insanların ilgisini

¹⁴⁴ Aynı, s. 74.

¹⁴⁵ Aynı, s. 78-103.

¹⁴⁶ Çaplı, a.g.e., s. 82.

¹⁴⁷ Girgin, a.g.e., s. 74.

çekeceği düşünölen olaylar haber haline getirilmektedir. Burada adı geöen toplumsal ilgi, sağlık, spor, cinsellik, ölüml, tanınmış kişiler, çevre, para, inançlar gibi konuları kapsamaktadır. Beklenin dışında gerçekleşen çatışma, savaş, gerilim, felaket, kaza vs. olaylar ise negatif ilgi yani olumsuzluklar çerçevesi içinde yine ilgi çekicidir¹⁴⁸.

Televizyon haberinde zamanlılık ilkesi, haber değeri açısından oldukça önemlidir. Her haber izleyiciye ulaştığı an yeniliğini kaybederek, eski haber olma yoluna girer. İzleyici sürekli yeni bir gelişme ve bilmediği bir şeyleri görmek ister. Yeni bir gelişme, o ana kadar olan bilgiyi etkisiz ve geçersiz kılabilir. Bir olay yeni meydana gelmiş olmasa da, bilgisinin yeni olması olayı güncel kılabilir¹⁴⁹. Televizyon haberinde zamanlılık değeri toplum bilincine de çok iyi yansıtıldığından, insanlar bütün haberlerin çok taze olduğuna, yakın zamanda meydana gelenlerin daha önemli olduğuna inanma eğilimi içindedirler¹⁵⁰.

Bir olayın televizyon haberi olabilmesinde gerekli önemi taşıması için ya olayın kendisinin ya da sonuçlarının toplumun büyük bir kısmını etkilemesi beklenmektedir. Bir doğa olayı, siyasal, ekonomik, kültürel açıdan sonuçları olan bir hükümet kararı gibi kişilerin hayatlarını etkileyebilecek, durumlarında değişiklik yapabilecek olaylar önemli haberlerdir¹⁵¹.

Toplum tarafından tanınan bir kişiyle ilgili olaylar ya da bir insanla ilişkilendirilebilecek öyküler, insanla ilgili bakış açısına uygun olduğundan, haber değeri açısından değerli kabul edilmektedir. Basitçe anlaşılabilir konular, açıklanması güç konulara oranla haber yapılması için daha çok tercih edilen konular olmaktadır. Ayrıca özgün bir öyküsü olan, devamının geleceği açıkça belli olan savaş, isyan gibi konular değerli kabul edilmektedir. Yine haber gündemine alınmış revaçta olan bir olayla ilgili diğer ayrıntılar da önemlidir, haber değeri taşımaktadır¹⁵².

Görüntüsü olan öyküler ele alınmış biçimiyle dramatize edilmeye uygun olduğundan değer taşıdıkları kabul edilmektedir. Örneğin felaketlerle ilgili haberlerde, gerçeklerin ortaya çıkarılmasında doğrudan katkısı olamasa bile, kazazede ve yakınlarıyla yapılan röportajlar, olayın geçtiği mekanlar, olay hakkında bir şey

¹⁴⁸ Aslan, **a.g.e.**, s. 39-48.

¹⁴⁹ Aynı, s. 33-38.

¹⁵⁰ Burton, **a.g.e.**, s. 138.

¹⁵¹ Aslan, **a.g.e.**, s. 38-39.

¹⁵² Burton, **a.g.e.**, s. 138.

söylemese de televizyon haberciliğinde görüntü içermesi gerektiğinden önemli sayılarak kullanılmaktadır¹⁵³.

Uygulamada medya sadece mesleki ilkeler çerçevesinde değil, medyanın sermaye yapısı, medyanın bürokrasisi gibi yayın politikasını belirleyen başka etkenleri de göz önüne alarak, bir yayın politikası belirlemekte, bu yayın politikası medyanın haber değerlendirilmesindeki tutumu ile somutlaşarak, o medya kuruluşunun önem verdiği ilgilendiği çerçeveyi ortaya koymaktadır¹⁵⁴.

2.2. Haber-Yorum Ayrımı

Televizyon haberlerinde haberin içeriğine her hangi bir yorum ya da kişisel görüş yansıtıldığında, haberin temel ilkelerinden biri olan tarafsızlık ilkesi çiğnenmiş olacaktır. Etik ilkeler gereği haber yorum ayrımının net olarak ortaya konması gerekirken, aradaki çizginin ortadan kalkması yorumun haber olarak algılanmasına ve dolayısıyla yanlış yönlendirmelere neden olabilecektir¹⁵⁵.

Habercilerin uymakla yükümlü oldukları etik ilkelerin başında, haberin doğru, gerçeğe uygun ve nesneliği korunarak, doğru ve eksiksiz verilmesi gelmektedir. Bir başka deyişle haberciler, olayları gerçekleştiği şekliyle aktarmak ve sunmak zorundadırlar. Oysa televizyon haberlerine bakıldığında, haber metinlerinin yorum ve kişisel değerlendirmelerle dolu olduğu görülmektedir. Gazetecinin tüm değer yargılarından sıyrılarak haber yapması beklenemeyeceği gibi, yine de mümkün olduğunca habere kendi yorumlarını katmaması beklenmektedir¹⁵⁶.

Medyada son yıllarda giderek artan oranda haberi yorumlaştırarak verme eğilimi, haber ve yorum arasına kesin bir ayrımın konmaması, izleyicilerde haberlerin yanlış hazırlandığı düşüncelerinin doğmasına neden olmakta ve medyanın eleştirilere hedef olmasına yol açmaktadır. Avrupa Konseyi Parlamenterler Meclisi Basın Meslek İlkeleri'ne göre:

“Madde 3: Gazeteciliğin temel ahlaki yükümlülüklerinden birisi, haber ile yorum arasında belirgin bir ayrım çizilmesi ve bunların karıştırılmasının önlenmesidir. Haber, gerçeklere ve verilere dayalı

¹⁵³ Aynı, s. 139.

¹⁵⁴ Aslan, a.g.e., s. 32.

¹⁵⁵ Süleyman İrvan, Medya Etiği, Seminer Konuşmaları, <http://www.bianet.org/diger/arastirma376.htm>. 17.01.2001.

¹⁵⁶ Çaplı, a.g.e., s. 88.

bilgilendirmedir. Yorum ise, yazanın, yayımlayanın veya medya şirketinin düşüncelerini, inançlarını, kişisel yargılarını içerir.

Madde 4: Haber yayımı gerçeklere dayandırılmalı ve doğruluğu ispatlanır olmalıdır. Haberin sunumunda ve betimlemelerde tarafsız davranılmalıdır. Haber başlıkları ve özetleri mümkün olduğunca doğruları ve eldeki verileri yansıtmalıdır.

Madde 5: Yorumlar, genel düşünceler veya günlük olaylar üzerine yapılabilir. Yorum subjektif olduğu için, doğruluğu üzerine eleştiri yapılamaz. Bunun yerine, bizler yorumların dürüst ve ahlaki olmasını sağlamalıyız.

Madde 6: Kişi ve kuruluşlarla ilgili olaylar üzerine yapılan yorumlar gerçekleri ve verileri çarpıtmamalı ve gizlememelidir.

ABD Profesyonel Gazeteciler Derneği’de “Gazeteciler haber ve yorumu birbirinden ayırmalıdır. Analiz ve yorumlar açıkça belirtilmeli ve bunlar gerçeği veya haberin bağlamını çarpıtmamalıdır”¹⁵⁷ diyerek haber yorum ayırımının önemine işaret etmektedir.

Televizyon haberinin içeriği kadar görselliği de yoruma açık olarak algılanabilmektedir. Televizyon haberlerinin geçtiği kurgusal süreç sonucu, dil ve görüntü unsurlarının yeniden yaratılmasıyla, dramatize edildiği ve kurgusal bir gerçekliğe büründüğü ileri sürülmektedir. Diğer bir yaklaşım ise gerçeğin olduğu biçimiyle, bilginin içeriğinde bir değişim olmaksızın, kişisel bakış açısı yansıtılmadan verilmesinin mümkün olmayacağıdır¹⁵⁸.

Televizyon haberlerinin sunumunda, hangi haberin önce verileceği, ne kadar süre ayrılacağı ve birden fazla verilip verilmeyeceği gibi kararlar da haberde yoruma ve yanlılığa neden olan unsurlardır. Önce verilen ve çok süre ayrılan haberin önemli olduğu vurgulanırken, daha önemli bir haber sıralamada arkalarda yer aldığı ve az süre ayrıldığı için daha az önemliymiş gibi algılanacaktır. Sunucuların kullandığı ses tonu, mimikler ve vücut dili de habere yorum katabilmekte ve izleyiciyi etkilemektedir¹⁵⁹.

Televizyon haberlerine yorum katılmaması, kişisel görüşlerin dahil edilmemesi, haberlerin ele alınışında ulaşılmaya çalışılan bir idealdir. Ancak haberler, bir bakış

¹⁵⁷ ABD Profesyonel Gazeteciler Derneği Etik İlkeleri, *Medya Etiki ve Hukuk -Habercinin El Kitabı* 2. Derleyen: Sevdal Alankuş (İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2003), s. 100.

¹⁵⁸ İzlem Keskin Vural, “Televizyon Haberciliğinde Bir Mesleki Kişilik Olarak “Anchor” Kaynak Kişi Özellikleri Boyutunda Değerlendirilmesi ve Türkiye’deki Uygulama Biçimine Yönelik Durum Saptaması”, Yayınlanmamış Doktora Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, SBE, 2003, s. 63-64.

¹⁵⁹ Girgin, a.g.e., s. 45.

açısını ötekine, olayların belirli bir yorumlanış biçimini diğerine yeğleme eğiliminde olabilmektedirler. Örneğin, muhabir ya da sunucu, haberi izleyiciler için yorumlamaktadır, ya da kameranın açısının konuyu belirlemedeki önemi, çerçeveye giren alanın habere kazandırdığı anlamlar göz önünde bulundurulmamaktadır. Görüntülerin kurgulanma sürecinde, olayla ilgili farklı bir bakış açısının inşa edilmesine aracı olunabildiği unutulmaktadır. Kısacası haberin oluşum sürecinde habere yorum katılmasına neden olan pek çok etmen rol oynamaktadır¹⁶⁰.

2.3. Haber-İlan-Reklam Ayrımı

Reklam verenlerin, bir kerede olabildiğince çok izleyiciye ulaşmak gibi bir hedefleri olduğundan dolayı, haberler reklamcılar için en ideal televizyon programları olarak görülmektedir. Geniş bir izleyici kitlesine sahip olan haberler, üst grup denilen eğitim ve gelir seviyesi yüksek ve belli bir yaş ortalamasına sahip izleyici potansiyeli ile reklam verenler için sadece çok izleyici değil, aynı zamanda iyi bir tüketici grubu olarak kabul edildiğinden, haberler reklam verenler için çok çekici hale gelmektedir. Üstelik haber öncesi, haber arası, haber sonrası ve habere iliştilmiş reklamlar için çok astronomik rakamlar ortaya çıkmaktadır. Örneğin, NBC, ABC, CBS ve Fox yılda altın kuşak olarak tanımlanan saatlerdeki reklam gelirlerinden en azından 4,5 milyar dolar kazanmaktadır. Reklam verenler, büyük paralar harcadıkları reklamlarının etkili olabilmesi için, haberler üzerinde gözle görünen ya da görünmeyen bir takım etkilerde, baskılarda bulunabilmektedirler. Otuz dakikalık bir haber programı için, sekiz dakika reklam veriyorsa, haber programının içeriğinin yüzde 27'sini belirlemek gibi taleplerde bulunabilmektedirler¹⁶¹.

Televizyon haberlerinin, reklam verenlerin istekleri göz önünde bulundurularak hazırlanması, izleyicilerin doğru haber alma hakkını yok etmektedir. Kimi zaman da habere reklam unsurunun açık ya da gizli bir şekilde sokulması, izleyicilerde habere karşı olan güveni sarsmaktadır. Medya kuruluşlarının büyük bir kısmı reklam gelirleri ile kazanç sağladığından, hemen hemen her ülkede, haberin reklamdan ve reklam verenlerin isteklerinden uzak tutulması amacıyla etik ilkeler yer almaktadır. Amerikan Profesyonel Gazeteciler Derneği Etik İlkeleri'nde bu konuda şöyle iki madde bulunmaktadır:

¹⁶⁰ Burton, a.g.e., s. 142-143.

¹⁶¹ Postman, 1992, a.g.e., s. 95-102.

“Gazeteciler, reklamcılarının ve özel çıkar çevrelerinin kendi lehlerinde haber beklentilerini reddetmeli, bunların haberler üzerinde etkide bulunmalarına karşı koymalıdır”. “Haberleri reklamlardan ayırmalı ve ikisi arasındaki çizgiyi bulanıklaştıran haber-reklamlardan kaçınmalıdırlar”¹⁶².

Türkiye’de Basın Konseyi tarafından benimsenen Basın Meslek İlkeleri’nin 14. Maddesi, “ilan ve reklam niteliğindeki yayınların bu nitelikleri tereddüte yer bırakmayacak biçimde belirtilir¹⁶³” demektedir. Türkiye Gazeteciler Cemiyeti etik ilkelerinde ise “Haber ve yorum metinleri veya görüntüleri ile ilan reklam amaçlı metinlerin ayrımı hiçbir karışıklığa yer bırakmayacak ölçüde yapılmalıdır” maddesi yer almaktadır. Bu maddelerin ilkelerde yer almasının tek başına bir anlamının olmadığı, ancak hayata geçirildiğinde ve uygulanabildiğinde geçerlilik kazandığı unutulmamalıdır¹⁶⁴.

İlan ya da reklam niteliği taşıyan haberler yayınlanarak ya da taraflı bir haberle bazı ürünlerin reklamı yapılarak, karşılığında bedava ürün, bedava seyahat ya da daha değerli çıkarlar elde edilebilmektedir. Haber çalışanları, şirketlerden, kurumlardan ya da kişilerden gelen hediyeleri reddetmeyi bilmelidir.

Haber yapılan şirket, televizyon kanalına reklam verdiği için, söz konusu şirketin ürünleri göklere çıkarılmamalı, meslek saygınlığına gölge düşürülmemelidir. Bir haberin hemen arkasından bir reklam kuşağının gelmesi de, haberlerin etkisini bir anda silmeye ve haberin ciddi bir kamusal söylem olduğu iddialarına ters düşmektedir. Haberle reklamların yan yana konması, haberlerin etkisini azaltarak, dünyanın ciddiye alınacak bir tarafı olmadığı düşüncesini vermektedir¹⁶⁵. Postman, bu konuda çarpıcı bir örnek vermektedir:

“Şili’deki depremle ilgili bir haber öyküsünün önünde hatta daha kötüsü Şili’deki deprem haberini izleyen bir reklam olmasını garip bulan çok az insan bulunduğunu sorgulamadan kabullenirler. Gösterilen deprem felaketi görüntülerini ve hemen ardından Gleem diş macunu, Scope, Birleşik Hava Yolları ve Alka-Seltzer reklamlarına maruz kalmanın bir izleyici üzerindeki etkisini ölçmek çok güçtür. Bizim en iyi tahminimiz, depremin gerçek üstü bir görünüşe bürüneceği ve kesinlikle de önemsiz bulunacağıdır. Bu,

¹⁶² ABD Profesyonel Gazeteciler Derneği Etik İlkeleri, s. 100-102.

¹⁶³ Basın Konseyi Basın Meslek İlkeleri, *Medya Etiki ve Hukuk -Habercinin El Kitabı 2*. Derleyen: Sevda Alankuş (İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2003), s. 97.

¹⁶⁴ Süleyman İrvan, “Medya ve Etik”, *Medya Etiki ve Hukuk -Habercinin El Kitabı 2*. Derleyen: Sevda Alankuş (İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2003), s. 64.

¹⁶⁵ Postman, 1994, a.g.e., s. 116-117.

program yapımcısı sanki şöyle der gibidir: ‘Gördüklerinize ya da endişelenmenize gerek yok. Bir dakikaya kadar, dışlerinizi nasıl daha beyaz yapacağımıza ilişkin iyi bir haberle sizi mutlu edeceğiz’... Reklamcılığın itkisi, depremleri evsizleri ve diğer gündem dışı konuları aklınızdan çıkarmanız ve kendi yetersizlikleriniz ve nasıl daha iyi olabileceğiniz hakkında kafa yormanız demektir....Böylece, haberin ve reklamların birbirine karışmasında, iki farklı yönelim arasında, türlerin savaşımını görmekteyiz”¹⁶⁶.

3. HABER ÇALIŞANLARI VE İŞVERENLER AÇISINDAN ETİK BOYUTLAR

3.1. Televizyon Muhabirleri

Gazeteci “Düzenli bir şekilde, günlük yahut süreli bir yazılı, görüntülü, sesli veya elektronik basın ve yayın organında, kadrolu, sözleşmeli ya da telif karşılığı, haber alma, işleme, iletme veya görüş, fikir belirtme görevi üstlenen ve asıl işi ile başlıca geçim kaynağı bu olup, çalıştığı işletme ile ilgili yasalar karşısındaki konumu bu tanıma uygun olanlardır”¹⁶⁷ ifadesinden yola çıkarak, her türlü yazılı ve görsel medyada, habercilikle uğraşan kişiler olarak tanımlanabilir. Fikir işçisi olarak adlandırılan gazetecilerin öncelikli görevi, doğruların ve gerçeklerin aranıp bulunacağı bir derinlik yaratarak, topluma hizmet vermektir. Gazeteci basın özgürlüğünü halkın doğru ve dürüst haber alma, bilgi edinme hakkı adına dürüst biçimde kullanırken, her türlü sansür ve oto sansürle mücadele etmek zorundadır. Gazetecinin halka karşı kamusal sorumluluğu, işvereninden, kamu otoritelerinden ve diğer tüm sorumluluklarından önce gelmelidir¹⁶⁸.

Gazetecilikte temel ilke meslek ahlakına bağlılıktır. Gazetecinin uymak zorunda olduğu ilkeler, doğru ve tarafsız haber vermek, suçlu olduğu yargı kararıyla onaylanmadıkça kimseyi suçlu ilan etmemek, hakaret ve iftira etmemek, saklı kalması kaydıyla kendisine verilen bir bilgiyi, kamu yararı ciddi bir biçimde gerektirmedikçe yayınlamamak, kişilerin özel yaşamını kamu çıkarlarının gerektirdiği durumlar dışında yayın konusu yapmamak, dramatik olaylar sonucu zarar görmüş insanların acılı anlarından fayda çıkarmaya kalkmamak olarak özetlenebilir. İyi bir gazeteci, kamu görevi yaptığının bilincinde olmalı, nelerin gerçekten kamuoyu için önem taşıdığını iyi

¹⁶⁶ Postman, 1992, a.g.e., s. 102.

¹⁶⁷ Nail Güreli, “İletişimde Aktöre”, 1. İletişim Kongresi Bildiriler Kitapçığı (İstanbul: 1-3 Mart 2000), s. 422.

¹⁶⁸ Ekrem Karaismailoğlu “Basın ve Etik” Yeni Türkiye Dergisi Medya Özel Sayısı (Sayı: 11, Eylül-Ekim 1996), s. 131.

yorumlayabilmelidir. Yaptığı işin toplumda oynadığı rolün önemini bilerek, görevini tam olarak yerine getirdiğinde iyi bir toplumun oluşmasında ne tür katkılarının olabileceğini kendine sorarak, ahlaksal görev ve sorumluluklarını bilerek görevini bilinçli bir şekilde yerine getirmelidir.

Gazeteciler bazen bir takım baskılar altında kalarak etik dışı tavırlar sergileyebilmektedir. Bu baskılar siyasal, ekonomik, toplumsal ya da ailevi olabilmektedir. Bir olay olduğunda, olay yerine gidip, en çarpıcı görüntülerle dönmesi istenmektedir. Gerekirse kişilerin özel yaşamına müdahale etmesi, aleni veya gizlice takip etmesi ya da bir kaza sonrası olayın şokunu üzerinden atamamış, acılı insanların görüntülerini çekmesi, onlarla röportaj yapması beklenmektedir. Bunları yapmadığında işinden olması gibi bir durumla karşı karşıya kalabilmektedir. Ücretlerin azlığı, patronuyla ya da herhangi bir siyasal, mali güç odağı ile karşı karşıya kaldığında arkasında destek olacak mesleki organizasyonların olmaması gazetecileri zor durumda bırakabilmektedir. Tüm bu baskılara rağmen herkes kendi yaptığından sorumlu olduğu için, gazeteci yaptığı etik dışı bir haberin sorumluluğunu bir başkasına yükleyemez. Kendi özgür iradesi ile karar verip, mesleki saygınlığı ile bağdaşmayan görevleri kabul etmemeli ve adalet kaygısını her zaman taşımalıdır. Bu konuda Münih Şartı'nın Haklar Deklarasyonu'nun üçüncü maddesinde “Gazeteci kendi inancına ya da vicdanına aykırı bir mesleki işe yahut düşünceyi ifade etmeye zorlanamaz”¹⁶⁹ denmektedir. Mesleklerini icra ederken, gazeteciliği oluşturan değerlere olan inançlarını yitirmemeli, dış baskılara karşı direnmesini bilmeli, gereğinde istifa edebilmelidir. Gazetecilik tarihi bu tür istifalarla doludur¹⁷⁰.

Gazeteciler, kendilerini ayrıcalıklı görmemeli, başkaları üzerinde tasarruf hakkına sahip olduklarını düşünmemeli, polis, hakim, savcı ya da kurtarıcı rolüne soyunmamalıdır. Büyük baskılar altında olsalar bile yanlış bilgi vermekten kaçınmalı, haberlerini çeşitli kaynaklara doğrulatmalı, meslek gizliliği çerçevesinde haber kaynaklarını açıklamamalı, iftira, hakaret ve kişilik haklarına saygısızlık etmemeli, kamu vicdanını rahatsız edici hareketlerden uzak kalmalı, kişilerin hakkına, hukukuna saygı göstermeli, onur ve haysiyetleriyle oynamamalı, yönlendirici olmamalı, çifte

¹⁶⁹ İsmail Kapan, “Medya ve Ahlak” *Yeni Türkiye Dergisi* Medya Özel Sayısı (Sayı No: 11, Eylül-Ekim 1996), s. 137.

¹⁷⁰ Belsey, a.g.e., s. 49.

standarttan kaçınmalı ve topluma hizmet ettiği bilincinden hareketle, her zaman dürüst ve güvenilir kalmaya gayret etmelidir¹⁷¹.

Özel ve tüzel kuruluşlar, medyanın kendileriyle ilgili haber yapan muhabirlerine sık sık armağanlar vererek, bu muhabirleri bedava gezilere davet etmektedirler. Bu tür hediyelerin asıl amacının gazetecileri etkilemek olduğu, tarafsızlıklarını zedelediği, hediyeleri kabul etmedikleri durumlarda haber elde etme şanslarının engellendiği bilinmektedir¹⁷². Gazeteciler, hiç kimseden hediye almama yolunda politikalar geliştirmelidirler. Böylece haber kaynaklarından kendilerini koruyabilir, onlarla çıkar ilişkisine girmeyerek, aralarındaki mesafeyi koruyabilirler¹⁷³. Medya kuruluşları da kendi muhabirlerine hediye alma ve gezilerden yararlanmayı yasaklayarak çözüm üretebilirler. ABD Profesyonel Gazeteciler Derneği bu konuda yaralanılabilecek bir ilke olarak “Gazeteciler, armağanları, iyilikleri, bedava gezileri ve özel muameleleri reddetmeli, gazeteci dürüstlüğüne zedeleyebilecek ikinci iş, siyasal bağlantı, kamu görevi ve sivil toplum örgütlerinde hizmet gibi işlerden kaçınmalıdır” ilkesini geliştirmiştir¹⁷⁴.

Medya çalışanları arasında yaşanan sürtüşme ve karşılıklı ithamlar da medyanın saygınlığını tartışılır hale getirmekte, gazetecilik mesleğine zarar vermektedir. Eleştiri sınırlarının aşıldığı, haksız itham ve iftiraların yapıldığı, çirkin yakıştırmalarda bulunulduğu, kafalarda soru işaretleri yaratacak maksatlı soruların sorulduğu bu durumlarda, 'medya tetikçileri' diye bir kavram da medya dünyasında yerini almıştır. Medya çalışanlarının bu tür tartışmalardan kesinlikle uzak durması, kendi içlerinde yanlış yapanların ispatlanmış, kesinleşmiş olaylarını, eleştiri sınırlarını aşmadan, haber yapması gerekmektedir. Sadece suçlamak gazetecilik değildir¹⁷⁵. Gazeteciler ayrıca, meslektaşlarının malını kendine mal etme yani intihal konusunda da etik kurallara uymalı, mesleki güvenilirliklerini zedelememelidirler¹⁷⁶.

¹⁷¹ Karaismailoğlu, a.g.e., s. 132.

¹⁷² İrvan, **Medya ve Etik**.

¹⁷³ Sedat Ergin, “Basın Ahlakı Konusunda Amerika’dan Örnekler ve Türk Basımında Durum”, **Yeni Türkiye Dergisi Medya Özel Sayısı** (Sayı:11, Eylül-Ekim 1996), s. 141.

¹⁷⁴ İrvan, **Medya ve Etik**.

¹⁷⁵ Kenan Akın, “Medya ve Serinkanlılık”, **1. İletişim Kongresi Bildiriler Kitapçığı** (İstanbul: 1-3 Mart 2000), s. 435.

¹⁷⁶ Ergin, a.g.e., s. 141.

Gazetecilerin eleştirildikleri bir diğer konu ise, kendi dünya görüşü ilkelerini, kendi sorunsallarını, kendi bakış açılarını topluma dayatma çabalarıdır. Birbirlerinden farklı ve çeşitli görünmelerine rağmen, televizyon için çalışan her gazeteci televizyonda iyi gideceğini düşündüğü şeyleri ekrana taşıırken, kendi aralarında paylaşılmış ön varsayımlar ve inançlar doğrultusunda karar verdikleri için aslında birbirlerine benzer şeyler söylemektedirler. Bir konunun televizyon ekranına taşınabilmesi için gazetecilerin dikkatini çekebilmek, onların süzgeçlerinden geçebilmek, ekran için uygun olarak görülenler kategorisine dahil olabilmek gerekmektedir. Böylelikle gazeteciler farkında bile olmadan bir sansür uygulaması gerçekleştirmektedirler¹⁷⁷.

Matelski, medyada çalışan kişilerin uzman olmak gibi ahlaki bir sorumlulukları bulunduğunu hatırlatarak, bu kişilerin, sıradan bir insana oranla hatalı enformasyon alma sınırlarının çok daha daralmış olması gerektiğini vurgulamaktadır¹⁷⁸. Bu durumda bir gazetecinin haber yaparken konunun bütün unsurlarını vermesi, gerçekleri yansıtması açılarından, işin ahlaki yönünden taviz vermeden iki kat daha sorumlu ve hassas olması gerekirken, pratikte tam tersi sonuçlarla karşılaşabilmektedir. Ahlaki ilkeler görünüşte önemsenmekte, pratikte ise ayak bağı gibi görülebilmektedir. Medya alanında çalışan kişiler ise ilkeli olup direnmek yerine, bazen teslim olmaktan dolayı eksik, niteliksiz, iyi araştırılmamış haberler yapmakta ve yayınlamaktadırlar. Çeşitli ekonomik ve siyasi bağımlılıklardan doğan bir misyonla, etik ilkeler çok kolayca kötü haberlere kurban edilebilmektedir. Yalan yanlış haberlerden dolayı kamuoyunda da yanlış fikirler oluşması ve gerçek kamuoyunun oluşmaması durumu yaşanmaktadır¹⁷⁹.

Gazetecilerin bugün içinde buldukları durumu ortaya koymak açısından Prof. Dr. Şengül Özerkan'ın yönettiği, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü'nün yayımladığı, ulusal ve yerel basın, televizyon, ajans ve radyo çalışanı olan toplam 223 kişinin katılımıyla gerçekleştirilen araştırma son derece olumsuz bir tabloyu ortaya çıkarmaktadır. Ankete katılanların % 51'i, mesleki açıdan en çok rahatsız oldukları olay ya da durumları, patron ve kurum çıkarları doğrultusunda haber yapma zorunluluğu olarak açıklarken, aynı soruyu % 35'i mesleğin saygınlığının azalması ve sosyal hakların yetersizliği, %12'si haber standartlarının düşmesi olarak

¹⁷⁷ Bourdieu, a.g.e., s. 52-53.

¹⁷⁸ Matelski, a.g.e., s. 62.

¹⁷⁹ Tamer Korkmaz, "Basın Etiğinin Eti ve Kemiği", Yeni Türkiye Dergisi Medya Özel Sayısı, Sayı:11 (Eylül-Ekim 1996), s. 164-165.

cevaplamışlardır. % 41'i mesleğin genel olarak olumsuz yönde bir değişime uğradığı, % 22'si ticari çıkarları öne çıktığı, % 16'sı magazinelle söylemin artmasına bağlı olarak sansasyona dayalı haberin arttığı yönünde görüş bildirirken, “medya, siyaset, sermaye” ilişkisi ankete katılanların tamamına yakını tarafından rahatsız edici bulunmuş, bu ilişki mesleği temelden sarsan bir ilişki olarak değerlendirilmiştir. % 61'i mesleği gerçekleştirirken karşılaşılan güçlüklerin başında kurum içi müdahaleleri ve engellemeleri, %23'ü maddi imkansızlıkları, iş güvencesi yoksunluğuna bağlı motivasyon eksikliğini ve mesleğin saygınlığının düşmesine bağlı olarak karşılaşılan zorlukları sayarken, % 37'si mesleğiyle ilgili olarak fiziksel şiddete uğradığını ifade etmiştir. Hazırladıkları haberle ilgili karar verme sürecinde % 52'si kısmen etkili olduklarını, % 6'sı hiçbir etkilerinin olmadığını açıklamıştır. “Mesleki koşullarınızdan memnun musunuz?” sorusuna ise % 51'i hayır derken, % 25'i kısmen cevabını verirken, sadece % 24'ü memnun olduğunu ifade etmiştir¹⁸⁰. Kısacası, gazetecilerin ankete verdiği cevaplar göstermektedir ki gazetecilerin mesleklerini yaparken karşılaştıkları durumlar ve bu durumlar karşısında takındıkları tutumlar olması gerekenlerden çok uzak bir noktadadır. Bu olumsuz gidişe acil ve kalıcı çözümler bulunması, mesleğin gereklerinin yerine getirilebilmesi açısından zorunludur.

3.2. Haber Sunucuları ya da Haber “Anchor”ları

Televizyon haberlerinin konuşma biçiminde sunulması, haber sunucularını evlere gelen bir ziyaretçi, güvenilen bir dost konumuna getirmiştir. Bir zamanların en ünlü haber sunucularından biri olan Walter Cronkite Amerikan toplumu için “haberlin sesi”, “gerçeğin sesi” olan ulusal bir kahramandı. Haber sunucusu bir anlamda haberlin gerçeklik derecesini temsil etmekteydi¹⁸¹.

Amerika'da 80'li yılların başında haber sunumunda önemli rol oynamaya başlayan ‘haber anchor’ları, haberlerin bir eğlence şeklinde algılanması sonucuna yol açmışlardır. Milyonlarca dolar maaş alan, editöryal ayrıcalık, birlikte çalıştıkları yapımcıları istedikleri gibi işe alma ve işten çıkarma gibi hakları olan bu sunucular, televizyon kanalının kamuoyundaki imajının bir temsilcisi olarak görülüyorlardı. İzleyicilerin tutulan bir haber sunucusunu izledikten sonra aynı kanalın çok izlenen saatler olan prime time denilen saatlerdeki diğer programlarını da izlediği düşünülüyor,

¹⁸⁰ Erol Önderoğlu, “Patron Haberi Gazeteciyi Rahatsız Ediyor”, www.bianet.org, 16. 04.2004.

¹⁸¹ Parsa, a.g.e., s. 24.

kanalın başarı ve başarısızlıkları bu sunucuların varlığıyla kişilik oryantasyonlu haberler çerçevesinde değerlendiriliyordu¹⁸². Böylece haber sunucuları film yıldızları gibi dikkat çekmeye ve bir kanaldan diğer kanala yüksek ücretlerle transfer olmaya başlamışlardır.

Sunucunun okuduğu haber unutulsa bile, onun teşkil ettiği karakter, çizdiği televizyon kişiliği izleyicinin aklında kalmaktadır. Haberler akşamdan akşama değişirken, sunucunun karakteri halkın gözünde ve zihninde yer etmektedir¹⁸³. Anchor olarak tanımlanan haber sunucularının izleyiciler ile kurdukları bu empatiye dayanan ilişkinin nasıl işlediğini ortaya koymayı amaçlayan araştırmalar sonucu çıkan sonuçlara göre; izleyici sunucuya karşı samimiyet ve saygı duymakta, onların ufak tefek hatalarını görmemezlikten gelirken, yanlışlıklardan televizyon kanalını sorumlu tutmaktadır. Beğendiği sunucuyu sürekli ve güçlü bir bağımlılıkla izleme alışkanlığı geliştirmekte ve haberleri o kişilerden almayı istemektedir. Çünkü bu durumda haberleri çok daha açık ve anlaşılır aldığını hissetmektedir¹⁸⁴.

Burton, medya ürünlerinin çoğunda (haberler de dahil), izleyici ile ilişki kurma aracı olarak ‘yıldız karakterler’ kullanıldığını ileri sürerken, bu karakterlerin gerçek hayattakinden daha iyi özelliklere sahip, yansıttıkları kişilik sayesinde izleyicilere anlamlar ulaştıran, diğer tüm ileti ve anlamlarıyla haber programlarını bir bütün olarak sunan, yüksek izlenme oranını gerçekleştirebilen kişiler olduklarını ifade etmektedir¹⁸⁵. Burton, televizyon haberlerinde sunucunun rolünü şöyle değerlendirmektedir: “Televizyon haberlerine dikkatlice bakıldığında, haberlerin konulu olduğu ortaya çıkar. Yine karşımıza bizi günün olayları arasında gezdiren, kulaklıkla gelen haberleri uyarlayan, dramayı son olarak yapılan bir özet ve eğlendirici bir yorumla başarılı bir sona erdiren, her şeyi bilen, bir kahramandan daha üstün olabilen anlatıcı çıkar”¹⁸⁶.

Haber stüdyolarında, haber çalışanlarının, yayın sırasında sunucunun arka planında görülmesi, merkezdeki kişinin sunucu olduğuna ve onun hem ekipte hem de haberde sözü geçen biri olduğuna işaret etmektedir. Sunucu ev sahibi rolü

¹⁸² Matelski, a.g.e., s. 39-40.

¹⁸³ Esslin, a.g.e., s. 16.

¹⁸⁴ Carles F Cremer., Phillip O. Keirstead, Richard D. Yoakam, **ENG Television News**, 3rd Edition (New York: McGraw-Hill, 1996), s. 82-83.

¹⁸⁵ Burton, a.g.e., s. 115-117.

¹⁸⁶ Aynı, s. 104-105.

oyunmaktadır. Haber programlarının pek çok özelliği, sunucuların kontrolü ellerinde tuttukları izlenimini vermesine yardım edecek şekilde planlanmaktadır¹⁸⁷.

Haber sunucuları, izleyici çekmek için hoş görünümlü ve güvenilir bir yüze sahip, genç, kilolu olmayan, saç biçimleriyle beğeni toplayan kısacası göze hitap eden kişilerden seçilmektedir. Bu durumun çarpıcı bir örneği, Amerika'da Kansas City'de bir televizyon kanalında sunuculuk yapan Christine Craft, Ocak 1981'de işe alınmış, Ağustos 1981'de "yapılan araştırmalarda görünüşünün izleyiciye itici geldiği" gerekçesiyle işten kovulmuştur. Bir haberin izleyici tarafından doğru algılanmasının sunucunun beğenilip benimsenmesine bağlı olduğu düşüncesi haberlerin doğruluğuna ve gerçekliğine gölge düşürmektedir. Sunucular, bir aktör gibi rol oynamakta, güvenilir, içten, sahici bir izlenim bırakmaya çalışmaktadır. Haberi sunmaktan öte, sunulan habere inandırmak gibi bir misyon taşımaktadır. Televizyon haberleri için bu durumda gerçeğin yerini güvenilirliğin alması olarak etik açıdan tartışmalı bir durum ortaya çıkmaktadır¹⁸⁸.

Kimi zaman da sunucular baskıcı müdahalelerde bulunarak, konuyu dayatarak, konuk olan kişiyi sıkıştırarak ya da konuklara farklı şekillerde davranarak izleyenleri etkilemeye çalışmaktadırlar. Haberlere konuk olan kişiye karşı ifade ve hitap tarzları, konuğun sıradan biri, akademisyen ya da siyasi olmasına bağlı olarak değişebilmektedir. Konukları birden fazla olduğunda söz verme sıralaması ile yine farklılık hissettirebilmektedir. Bilinçli olarak yapılmasa bile, ifade biçimiyle, ses tonuyla, jest ve mimikleriyle, gözleriyle habere ya da konukların anlattıklarına değişik anlamlar katabilmektedirler. Örneğin sadece teşekkür ederek, konuğun sözünü kesmek istediğini, sabırsızlandığını dile getirebilmekte ya da memnuniyetini ifade edebilmektedir. Kimi zaman da konuğun konuşmasını yarıda bıraktırmak, konuyu önemli bir yerde keserek bir çeşit sansür uygulayabilmekte, izleyicilerin gerçekte ne olup bittiğini tam olarak öğrenmesini engellemiş olmaktadır¹⁸⁹.

¹⁸⁷ Postman, 1992, a.g.e., s. 91.

¹⁸⁸ Postman, 1994, a.g.e., s. 113-114.

¹⁸⁹ Esslin, a.g.e., s. 36-38.

Sonuç olarak, haber sunucuları haber üzerinde söz sahibi olan, haberi sadece sunmakla kalmayıp aynı zamanda habere yön veren, haber bülteninin odağında yer alan, sundukları haber kadar haber değeri taşıyan, yıldızlaşmış kişilerdir¹⁹⁰.

3.3. Haber Editörleri ve Müdürleri

Haber editörleri, haber merkezi dışından toplanıp gelmiş ham haberleri düzenleyen, yayına hazır hale getiren kişilerdir. Haberin muhabir tarafından haber merkezine getirildiği andan, yayınlandığı ana kadar geçen süreç ise editoryal süreç olarak adlandırılmaktadır. Bu süreç, haber süreci içinde çok önem taşıyan bir süreç olup, iletişimin doğru olarak kurulmasında temel teşkil etmektedir¹⁹¹. Bu yüzden de editörlerin haberin temel yargılarını çok iyi bilen, bildiklerini uygulamaya geçiren, haberin odağına inerek, olayları iyi analiz edebilen ve ortaya koyabilen kişiler olmaları gerekmektedir¹⁹².

Haber editörleri program açıklarını kapatmak için temel haber konularını seçip, yeniden yazımını sağlayarak bir çeşit filtre görevi üstlenmekte, haberler üzerinde editoryal kontrol mekanizmasını işleterek, ortaya çıkacak haberlerin belirlenmesinde çok önemli bir sınırlama unsuru olabilmektedirler. Böylece gerçek sınırlama, kurumlara ve dolayısıyla editörlere nüfuz eden değer yargıları olarak belirlemekte, haber program yapımında kararları doğrudan sorumlulukla şekillendiren ve sınırlandıran, işveren tarafından neyin kabul edilip neyin edilmeyeceğini belirleyen bu değerler çerçevesinde karar veren editörler olmaktadır¹⁹³. Belsey'in ifadesiyle editörler, muhabirlerin getirdiği haberleri sıraya koyup, zaman zaman tekrar yazmakta, siyasi sivrilikleri törpülemekte, yeni gerçekler katmakta ve haberleri belli bir sunum tarzına göre hazırlamaktadırlar¹⁹⁴.

Haber müdürleri, haber biriminin en üstünde yer alan, haber için ayrılan bütçe, ücretler, iş bölümü, görevlendirme, genel işleyiş gibi düzenlemeleri yapan, aynı zamanda haber süreci içerisindeki her konuya ilişkin en son ve gerçek sorumluluğa sahip kişilerdir¹⁹⁵. Haber müdürleri ve editörler, haberleri şekillendiren konulardan bir gündem oluştururlar. Dışarıdan gelen haberleri seçerken, izleyicilerin o gün ya da o

¹⁹⁰ Vural, a.g.e., s. 116.

¹⁹¹ Aynı, s. 85.

¹⁹² Cremer, a.g.e., s. 131.

¹⁹³ Burton, a.g.e., s. 76.

¹⁹⁴ Belsey, a.g.e., s. 68.

¹⁹⁵ Cremer, a.g.e., 253.

hafta neyin önemli olduğuna dair bakış açılarını, kendileri için önemli olan konuların arasından ayıklayarak şekillendirmektedirler¹⁹⁶.

Cremer'e göre habercilik bir ekip işidir ve bu yüzden haberde çalışan herkes editoryal sürecin içinde yer almalıdır. Bu alanda çalışan herkes, haberle ilgili yargılara sahip olmalı ve haber yapacakları olaya ilişkin neyin önemli olduğuna, neyin vurgulanması gerektiğine dair kanaatlerini kullanabilmelidirler. Editör son düzenlemeyi yaparken, muhabir ve diğer çalışanların olayla ilgili bakış açılarını ve topladıkları bilgileri de göz önünde bulundurarak haberin son haline karar vermelidir¹⁹⁷. Ayrıca editörler, gazetecilerden kendi ilkeleriyle ve gerçekler hakkında bildikleriyle çelişkiye düşecek haberler yazmalarını istememelidirler¹⁹⁸.

Televizyon kanalı sahipleri, çoğunlukla, kendi görüş ve düşüncelerini paylaşan, en azından kabul eden bir editörle anlaşarak kendi konumlarını sağlama almaya çalışmaktadırlar. Editörler de, bu genel siyasanın takibini temin etmeye çalışmaktadırlar. Uygulamada editoryal bağımsızlık genellikle patron tarafından belirlenen siyasi düzen veya temel meseleler hakkında önemli kararlar alma konusuyla değil, günlük üslup, içerik ve bütçe gibi konularla sınırlıdır. Editörler, haber piyasasındaki rekabette, üzerlerindeki ticari baskı nedeniyle kimi zaman etik standartlara zarar verebilecek kararlar almak zorunda kalabilmektedirler¹⁹⁹. Ayrıca medyada, sayılı kişilerin ve ailelerinin denetimi söz konusu olduğu durumlarda editoryal bağımsızlıktan söz etmek zorlaşmaktadır²⁰⁰.

Ramonet'in aktardığı “Eskiden, bir haberin temel değerini, doğruluğu oluştururdu. Günümüzde, haber müdürleri ya da editörler bir haberin doğruluğuna değil, ilginç oluşuna önem veriyor. İlginç olmadığı düşünülen haber yayımlanmıyor. Etik açıdan bakıldığında bu çok büyük bir değişim” sözleri, haber müdürlerinin ve editörlerin haber üzerindeki etkisini vurgulamaktadır²⁰¹.

¹⁹⁶ Burton, a.g.e., s. 137.

¹⁹⁷ Cremer, a.g.e., 131-133.

¹⁹⁸ Belsey, a.g.e., s. 69.

¹⁹⁹ Aynı, s. 66-67.

²⁰⁰ İncilay Cangöz, “Show TV’de Tacize Teşvik”, <http://www2.bianet.org/diger/biber3188.htm>, 17.05.2004.

²⁰¹ Ramonet, a.g.e., s. 29.

3.4. Televizyon Kanalı Sahipleri

Medya örgütlerinin büyük bir kısmı 1960'ların sonlarından itibaren, finans ve endüstriyel sermaye alanındaki büyük şirketlere bağlanarak, çok uluslu kartellerin eline geçmiştir. Örneklerine Amerika, Almanya, Fransa, İsviçre, Avustralya gibi pek çok ülkede rastlanabileceği üzere, özelleştirme yönündeki akımlar, televizyonların giderek büyük şirketlerin yapıları içine dahil olmalarına neden olmuştur. Mülkiyet yapısındaki değişimlerin sonucu, medya örgütleri dahil oldukları grupların etkinliklerini araştırmaktan ve eleştirmekten kaçınır hale gelmişlerdir. Bu durumun sonucunda, medyada editoryal bağımsızlık kuşku duyulan bir hal almıştır. Yaşanan gelişmeler, medyanın hükümetle ilişkilerini de etkilemiş, hükümetleri kamusal çıkarları korumak adına denetleyen bağımsız gözcüler olmaktan çıkıp, kendi şirket kazançlarını artırmak amacıyla siyasal baskılar yapan güç merkezleri olarak eleştirilmeye başlanmışlardır²⁰².

Medyanın kamu çıkarlarını hiçe saydığı yolundaki eleştiriler, yayıncılar ile kamunun arasını bozmak isteyen hükümetlerce, halk muhalefeti yaratmak, medyaya oto sansür uygulamak için resmi ya da gayri resmi girişimlerde bulunmak, yayın kuruluşlarının yeniden yapılanmasına neden olacak yasalar çıkarmak, amaçlı kullanılabilmesi korkusu doğurmuştur. Bu yüzden medyanın kamu gözcüsü işlevi açısından, serbest pazar şartlarını basitçe ve düşünmeden kabullenmemesi gerektiği, bu sistemi körü körüne desteklemek yerine, bir kamu gözcüsü olarak medyanın rolünü güçlendirecek pratik yaptırımlara ihtiyaç duyduğu ortaya çıkmıştır. Pazar temelli sistemde işlerini sürdürmek isteyen medya sahiplerinin halkın istediklerini vermek zorunda oldukları, halkın görüşlerini ve değerlerini yansıtmaları ve onların sözcüsü olarak hareket etmeleri gerekmektedir²⁰³.

Medya sektöründe yaşanan tekelleşme örnekleri tekelleşmenin nerelere ulaştığını göstermektedir. Örneğin Avustralya'da 1989'da en çok satan otuz derginin tirajının yüzde 84'ünü iki kişi (biri Murdoch) denetlemekteydi, ticari televizyon pazarının hemen hemen tümüne toplam üç kişi egemendi. İngiltere'de, her medya sektöründeki en büyük beş şirket TV aktarıcılarının yüzde 45'ini denetlemekteydi. ABD'de üç şirket televizyon pazarının üçte ikisine sahipti. Avustralya'lı iş adamı Murdoch'un News Corporation

²⁰² James Curan, "Medya ve Demokrasi: Yeniden Değer Biçme", *Medya, Kültür, Siyaset*. Derleyen: Süleyman İrvan. Genişletilmiş İkinci Baskı (Ankara: Alp Yayınevi, 2002) s. 192-195.

²⁰³ Aynı, s. 198-202.

adlı şirketi, doğuda Budapeşte'den batıda Boston'a, kuzeyde Londra'dan güneyde Queensland'a kadar uzanan gazete imparatorluğunun yanı sıra, ABD'de Fox TV ile Twentieth Century Fox ve Avrupa'da British Sky Broadcasting tarafından aktarılan beş uydu kanalını da içeren bir televizyon ve film imparatorluğunu da yönetmektedir. Avrupa'daki büyük karteller arasında Almanya'da RTL Plus televizyon kanalı ile en geniş kablolu televizyon şirketini de içeren kitap-TV-film-dergi-radyo imparatorluğuna sahip, Bertelsmann grubu vardır. Bu grup ayrıca, Amerikan kitap ve kaset piyasasında lider olan Bentam ve RCA'yi de denetlemektedir. Berlisconi'nin Fininvest grubu 27 İtalyan televizyon istasyonunu, Fransa'da Chanel 5, Almanya'da Telefunf, İspanya'da Telecinco ve Kanada'da sahip olduğu şirketlere ilave olarak İtalya'da yaygın bir basın ve film ağını denetlemektedir. İngiltere'deki Maxwell Communications Corporation ise, ABD'den Doğu Avrupa'ya uzanan bir gazeteler grubunu, New York'taki yayımcı MacMillan da dahil kitap şirketlerini denetlemekte ve ayrıca İngiltere'de Fransa'da ve İspanya'da televizyon ortaklıkları bulunmaktadır. Bu karteller tarafından yönetilen çok büyük kaynaklar, ekonomik ölçeklerinin genişliği ve bağlı pazarlardaki yaygın egemenlikleri, daha az sermayeye sahip kişilerin pazara girişlerine engel olmuş ve serbest pazarın işleyişini bozmuştur²⁰⁴.

Türkiye'de de medya sahipliğinde durum yukarıdaki tabloya benzemektedir. Medya patronları, medya dışı sektörlerden de kazanç elde eden iş adamlarından oluşan bir gruptur. Medya patronları, sahip oldukları medya kuruluşlarını, başka alanlardaki özel çıkarlarını korumak ve geliştirmek amacıyla bir silah olarak kullanabilmekte, gazetecilerin kendi çıkarlarını korumak için haber yapmalarını bekleyebilmektedirler. Zaman zaman patron adına iş takipçiliği ve danışmanlık yapan gazetecilere rastlanmaktadır²⁰⁵. Bayhan, “zaman zaman patronların kendilerini yasanın üstünde görebilmeleri bir felaket oluyor. Yasa kötü olsa da bunu engellemek mümkün değil”²⁰⁶ derken, medya patronlarının güçlerinin, kimi zaman yasalar karşısında bile denetlenemediğini gözler önüne sermektedir. İlkiz, yayın organları sahiplerinin

²⁰⁴ Curan, a.g.e., s. 208-209.

²⁰⁵ İrvan, **Medya ve Etik**

²⁰⁶ Faruk Bayhan, “Türk TV Yayıncılığı Üzerine Görüşler” 2000'li Yıllara Doğru Türkiye'de TV. Der: Emir Turam. (İstanbul: Altın Kitaplar Yay. 1996), s. 135.

ellerindeki gücü, kişisel çıkar ve ticari amaç gözeterek silah olarak kullanabildiklerine, hatta şantaj amaçlı kullanılabilmesine dikkat çekmektedir²⁰⁷.

Medya patronları, aynı zamanda bankacılık sektöründe, enerji sektöründe, gıda sektörü gibi pek çok alanda çalışmakta ve ihalelere girip çıkmaktadır. Medyanın haberlerine güven sarsılmakta, çıkar çatışmalarının anlaşılması güçleşmektedir. Değişik iş sektörlerinde faaliyetleri olan bir televizyon kanalı sahibine, neden medya sektörüne girdiği sorulduğu zaman verdiği cevapta “ekonomik olarak büyüdüğünüz zaman size sağdan soldan satışmalar olur, üstünüze gelirler, sizinle uğraşırlar, ancak elinizde medya gücü varsa, bu sizin açınızdan caydırıcı olur” diyerek medyayı kendi ekonomik çıkarlarını korumak, geliştirmek için caydırıcı unsur olarak kullandığını açıkça belirtmiştir²⁰⁸. Saygı, yaşanan bu durumu “Televizyon yayıncılığı maalesef amaç olmaktan çıkıp, araç olma durumuna gelmiştir, büyük sermaye gruplarının diğer ürünlerinin pazarlanması alanı olmuştur” kelimeleri ile özetlemektedir²⁰⁹. Demirkent'te bu yaşanan durumu “bugünkü dünyada herkes bir iletişim kanalına sahip olmak istiyor, bir finans gücünü elde etmek istiyor, büyük holdinglerin tamamı ya gazete sahibi, ya televizyonu var, bir taraftan da bankası ya da alış veriş merkezleri var, büyük medya işletmeleri artık sanayi kuruluşları haline geldi” şeklinde özetlemektedir²¹⁰.

Gürelî, medyada ana gövdeyi çalışanlar oluşturduğu halde, yayınlarda belirleyici rolü oynayanın çalışanlar değil sermaye olduğunu, en kötüsünün de sermayenin diğer sektördeki yatırımları ve özellikle siyasal iktidarla çıkar ilişkileri nedeniyle haberde de yönlendirici ve belirleyici olduğunu vurgulamaktadır. Bu durumda etik ilkelerin ihlal edilmesinde birinci derecede sorumluluk sahibi olan sermayenin temsilcisi patrandur diyerek, medyanın bağımsızlığını koruyarak etik ilkelere bağlı kalabilmesi için güçlü bir ekonomik yapıya sahip olması gerektiğini belirtmektedir. Ancak bu ekonomik gücün siyasal iktidarlara ve başka egemen güçlere bağımlılık yaratmayacak kaynaklardan sağlanmış olması gerektiğini de söyleyen Gürelî, sermaye ve siyasal güçlere karşı

²⁰⁷ Önder Balıkçı, “Gazete ve Televizyon Silah Değildir”, <http://www2.bianet.org/2002/08/10/haber12356.htm>, 17.05.2004.

²⁰⁸ İrvan, **Medya Etiği**.

²⁰⁹ Murat Saygı, **1. İletişim Kongresi Bildiriler Kitapçığı** (İstanbul: 1-3 Mart 2000), s. 207.

²¹⁰ Nezih Demirkent, **1. İletişim Kongresi Bildiriler Kitapçığı** (İstanbul: 1-3 Mart 2000), s. 189.

bağımsızlığı korumanın yolunun editoryal bağımsızlıkla mümkün olabileceğini, bunu korumanın da çok güç olduğunu ifade etmektedir²¹¹.

Televizyon haber çalışanlarının meslekleri gereği, işverenle ilişkileri, herhangi bir sektör çalışanından farklı olduğu için, bu ilişki çeşitli ülkelerde basın kanunlarıyla ve meslek kodlarıyla belirlenmiştir. Örneğin Batı ülkelerinde basın yasalarında yer alan vicdan hükmü başka mesleklerde bulunmayan özel bir hükümdür. İşveren değiştiğinde, çalıştığı haber medyası başka bir grubun denetimine girdiğinde ya da işverenin siyasi, fikri, felsefi, mesleki görüşleri değiştiğinde, gazeteci bu hükme dayanarak, yeni durumun kendi siyasi, fikri, felsefi ve mesleki anlayışına uymadığı gerekçesiyle istifa edip, iş akdi, işveren tarafından tek taraflı olarak bozulmuş gibi, çeşitli tazminat haklarını kazanarak işyerinden ayrılabilir. Türkiye’de ise vicdan hükmü, işverenin vicdanı olarak algılandığından, işverenin siyasi, fikri, felsefi görüşlerine karşı çıkan çalışanların iş akdi feshedilmektedir. Çalışanları patrona karşı koruyacak çeşitli güvenceler (meslek örgütleri, sendika, izleyici baskı grupları, meslek gelenekleri gibi) ve bu güvencelerin çiğnenmesi durumunda uygulanacak yaptırımlar uygulanmadığından, çalışanlar patrona tam bağlılık içinde olmak zorunda bırakılmaktadır. Haberciler gerçeğe ve okura karşı olan sorumluluklarından önce patrona karşı olan sorumluluklarını yerine getirmeye çalışmakta, çalışanlardan öncelikle patronunun çıkarlarını koruması ve kollaması beklenmektedir²¹².

4. İZLEYİCİLER AÇISINDAN ETİK BOYUTLAR

4.1. Televizyon Haberlerinin İzleyiciler Üzerindeki Etkileri

Televizyon, bireysel ve toplumsal davranışlar, kararlar, alışkanlıklar üzerinde etkin olabilmekte, bireylerin kullandıkları dil, giydikleri kıyafetler, seçtikleri ürünler, paralarının değerlendirileceği alanlar gibi pek çok konuda yaşamlarına yön verebilmektedir. Temel haber alma ve bilgilenme ihtiyacının en çok televizyondan karşılandığı göz önüne alındığında, televizyon haberlerinin bireyler ve toplumlar üzerinde olumlu ya da olumsuz etkilerinin olabileceği kaçınılmaz bir sonuç olmaktadır.

²¹¹ Güreli, a.g.e., s. 422-423.

²¹² Ragıp Duran, “Gazeteci ve İşvereni”, <http://www2.bianet.org/diger/biber11319.htm>, 17.05.2004.

İster kamu yayıncılığı, isterse özel ticari yayıncılık yapan televizyon kuruluşları en geniş izleyici kitlesine ulaşabilmeyi hedeflerken, habercilik bağlamında en çok izlenen haberleri kendilerinin verdiği inandırarak, kendilerini izletme uğruna doğruluk, tarafsızlık ve gerçek haber vaatleriyle ortaya çıkmaktadırlar. İzleyici ise tek bir televizyon kanalının haberleriyle yetinmeyerek, birden fazla kanaldan haberleri almaya eğilim göstermektedir. Bu eğilimin temelinde gerçekleri tek bir kanaldan öğrenmesinin mümkün olmadığı düşüncesi yatmaktadır²¹³.

Esslin televizyonu “bugün onu evlerine almış olan herkesin hayat tarzını ve gündelik alışkanlıklarını değiştiren, insanoğlunun ufuklarını geliştirebilen ve büyütebilen bir teknolojik mucize”²¹⁴ olarak tanımlarken, televizyonun izleyiciler üzerindeki etkisini de vurgulamaktadır. Esslin televizyon ve izleyici ilişkisini şöyle açıklamaktadır:

“Asıl itibariyle dramatik bir iletişim aracı olan televizyon, ta başından beri dramatik, duygusal, şahsileşmiş muhtevalı malzemelere vurgu yapması için, mahiyetinin -kendi iç mantığının- zorlamasına maruz kalmıştır. Bu yüzden TV izleyicileri tarafından öncelikle bir eğlence aracı olarak algılanmakta, haberler, belgeseller ve siyasi yayınlar da dahil olmak üzere bütün programlar hakkında son adımda eğlence değeriyle hüküm verilmektedir. Bunun sonucunda ise, gerçek dünyadaki olaylar hakkındaki bu malzemeler, kitlelerin ortak gündüşlerini üreten ve biteviye yayılan açıkça kurmaca malzemelerle rekabet etmek zorunda kalmaktadır... Dramatik eğlence iştiyakının izleyicilere sağladığı başlıca psikolojik faydalar neler? Birincisi, ona zamanının nasıl geçtiğini unutturan meraklı heyecandır; tehlikeyle ve az ilerdeki felakete yüz yüze olan karakterlerin yerine kendisini koymasından doğan heyecanlar, iyinin şer güçleri yendiği sıradaki ferahlama. Aynı derecede önemli ve güçlü olan bir şey de “güzel” duyguların boşalmayı sağlayan etkisidir, mesela vatanseverlik gururu, dini yücelme, mutlu ve birbirini seven bir çiftin birleşmesinde gözyaşlarıyla karışık duyulan haz, ayrı düşmeler ve mahrumiyetlerde duyulan tatlı üzüntü. Bir üçüncüsü keyfe, kahkahaya, hafiflemeğe, göz alıcılığa duyulan arzudur”²¹⁵.

Tüm bu sözü edilen duygular, televizyonun eğlence aracı olarak algılandığına işaret etmektedir. Güzel duyguların boşalmasını sağlayan etkisiyle bu kurmaca ürünler, izleyicileri fethetmekte ve izleyicilerin televizyondan beklentilerinin bu yönde gelişmesine neden olmaktadır. Bu yüzden farklı bir hedefi gözeten, yani gerçek dünya hakkındaki bilgileri aktarmak isteyen programlardaki unsurlar, o eğlence paketindeki başka bir unsur olarak algılanıyorsa, kaçınılmaz olarak onlar da aynı ölçütle değerlendirileceklerdir. Yani, başarılı bir haber yayını azami heyecan, yoğun duygu ve eğlence içeren bir yayın olmalıdır. Ne var ki, izleyiciler şiddete alıştıkça, şiddetin etki uyandırabilmesi için daha şiddetli olması gerekir²¹⁶.

²¹³ Vural, a.g.e., s. 24-25.

²¹⁴ Esslin, a.g.e., s. 70.

²¹⁵ Aynı, s. 59.

²¹⁶ Aynı, s. 60-61.

Burton, televizyonun etkilerinin abartıldığını, bu konuda yapılan araştırmaların çoğunun bir sonuç vermediğini, insanların tutum ve davranışlarını etkileyen pek çok etki arasından medyanın sadece biri olabileceğini savunmaktadır. Çocuklar üzerindeki etkisinin ancak onların gerçeğe kurmacayı ayırt edebilme yaşlarıyla ilgili olduğunu, büyüklerde ise izledikleri şiddet görüntülerinin şiddet uygulamaya yöneltici olmayıp, şiddetin resmedilmesine karşı hissizleştirmeye yol açtığını iddia etmektedir²¹⁷. Şiddet görüntülerine karşı duyarsızlaşma da önemsenmeyecek bir etki olmayıp, haberlerde şiddetin neden giderek artan dozlarda verildiğini açıklamaktadır.

Günümüzün önemli iletişim bilimcilerinden J. Baudrillard, haberler ile toplumun iç içe olduğunu ve toplumun haberlerden bir çok şeyi öğrendiğini ifade etmektedir. Baudrillard'a göre, artık toplumsallaşmayı belirleyen şey kuramsal sınırlar değil, haber miktarı ile iletişim araçlarının karşısında geçirilen saatlerdir. Haber, toplumu bilgilendirmekle beraber, toplumsal alanı giderek nötralize edip, klasik toplumsal kurumlarla, haberin içeriğine karşı duyarsız ve tepkisiz bir kitle yaratmaktadır²¹⁸.

Sonuç olarak, televizyonun ve televizyon haberlerinin izleyiciler üzerinde yadsınamayacak ölçüde önemli etkileri olduğundan, televizyon haberlerini yapan kişilerin, haberlerin izleyiciler üzerindeki olumsuz etkilerini doğru tespit ederek, bu etkileri en aza indirgeyecek şekilde haber vermeleri beklenmektedir.

4.2. İzleyici Tercihleri ve Belirleyiciliği

Gün içinde farklı konumlarda bir şekilde televizyon seyreden insanları bir kavram altında toplayan izleyici kavramı, farklı yayın kurumlarının kendi çıkar ve hedeflerine göre tanımlanmakta, bu birbirinden farklı tanımlar doğrultusunda ise izleyicilerin gereksinim ve istekleri belirlenmeye çalışılmakta ve bu gereksinimleri gidermeye yönelik programlar yapılmaktadır. İzleyici kimi zaman birey ya da vatandaş olarak algılanırken, çoğu zaman tüketici olarak algılanmakta ve müşteri gözüyle bakılmaktadır. Televizyon endüstrisi izleyiciyi ekran karşısına oturtabilmek ve izleyiciyi garantileyebilmek için her gün çok çaba sarf etmekte ve büyük miktarlarda paralar harcamaktadır. İzleyicisinde alışkanlık yaratmak için stratejiler planlamakta, ekran karşısındaki insanların isteklerini ve sayılarını bilmek için araştırmalar yapmaktadır. Bu

²¹⁷ Burton, a.g.e., s. 209-214.

²¹⁸ Baudrillard, a.g.e., s. 22.

araştırmaların sonuçlarına göre en çok izlenen televizyon olmak için planlamalar yapmaktadır²¹⁹.

Bir zamanlar sadece televizyon binalarının odalarında, programcılarının kimin hangi gün, hangi saatte ne seyredeceğine karar verdikleri günler gerilerde kalmış, çeşitlenen kanallar ve uzaktan kumanda cihazları sayesinde, sıradan izleyiciler, tüm zamanların en önemli programcısı haline gelmişlerdir. Zapping denilen kanal değiştirme olanağını sonuna kadar kullanan izleyiciler, kendisine aktarılmak istenen fikirlerden, hoşlanmadığı görüntülerden gönlünce kaçabilmekte, kanallar arasında dolaşarak hoşuna giden programlar bulmaya çalışmaktadır. Seyirciye sunulan seçenekler arttıkça, yayıncılar arasındaki rekabet ve ayakta kalma mücadelesi artmakta, sürekli yenilik arayışlarına gidilmektedir²²⁰.

Burton'a göre, öncelikle kavranması gereken konu, izleyicinin medya materyalini oluşturan kişilerden ayrı bir şey olmadığı, medyada çalışanların da aynı zamanda diğer medya ürünlerinin izleyicisi olduğudur. Burton, "üretici ve izleyici arasında bir boşluk yoktur" diyerek, "biz ve onlar" şeklinde düşünmenin yanlış olduğunu vurgulamaktadır. İzleyici kitlesinin son dönemlerde bu kadar önem kazanmasının nedenini, çok sayıda kişinin aynı şeyleri izleyerek, benzer görüşleri edinmesi olasılığı ve milyonlarla ifade edilen sayıda olmalarından dolayı belirleyici rol oynayabilmeleri olarak açıklamaktadır. Bu nedenle medya kuruluşları, izleyiciyi hedefleme ve tanıma, hatta materyali şekillendirerek izleyicileri yapılandırma yoluna gitmektedirler. Çünkü her izleyici aynı zamanda tüketicidir. Böylece izleyici, reklam verene pazarlanacak bir ürün haline gelmekte ve ne seyredeceğinin bilinmesi gereken bir kitle olarak görülmektedir²²¹.

Türkiye'nin bütün bölgelerindeki farklı kimlik özelliklerine sahip televizyon izleyicileriyle yüz yüze yapılan anketlerde, en çok ve en fazla sayıda kişi tarafından izlenen program türü sürekli "haber" olmaktadır²²². Yine çok farklı bölgelerdeki yerleşim yerlerinde 2553 televizyon izleyicisi ile yüz yüze yapılan bir ankette, televizyon izleyicilerinin çoğunluğunun "en fazla izledikleri program" sorulduğunda,

²¹⁹ Çaplı, a.g.e., s. 149-160.

²²⁰ Nuri Çolakoğlu, "TV'nin Gelmiş, Geçmiş, Geleceği" 2000'li Yıllara Doğru Türkiye'de TV (Der: Emir Turam, Altın Kitaplar Yay. İstanbul 1996), s. 97.

²²¹ Burton, a.g.e., s. 179-186.

²²² Sedat Cereci, "Medyanın Kralı Haber" Kamera Dergisi, Haber Kameramanları Derneği Yayın Organı, Sayı: 10, Yıl:2000, s. 5.

büyük bir çoğunluğu tarafından “haber” olarak cevaplanmıştır. Televizyon izleme nedenleri sorulduğunda ise “sıkıntı gidermek için” cevabı ilk sırayı almıştır. “Eğlenmek”, “öğrenmek” ve “dinlenmek” gibi yanıtların da sıralandığı anketin sonucuna göre, izleyiciler, televizyonu çoğunlukla sıkıntı giderici, rahatlatıcı bir araç olarak algılamakta ve bu amaçla izlemektedir. Pek çok izleyici de yalnızca bir televizyon kanalının değil, birden fazla kanalın haberlerini izlediklerini söylemiştir²²³. Televizyonu sıkıntı gidermek için izlediklerini belirten, ancak en çok haberleri izlediklerini söyleyen izleyicilerin haberlerden beklentilerinin de sıkıntı gidermek ve eğlenmek olduğu sonucu çıkmaktadır.

Televizyon haberlerinin izleyici yoğunluğu araştırıldığında, hafta içinde saat 19.00’a kadar yayınlanan haber bültenleri % 9 oranının altında izleyici toplarken, akşam 19.00’dan sonra yoğunluk on kattan fazla artarak % 90’lara çıkabilmektedir. Saat 20.00’dan sonraki haberlerde ise izleyici oranı giderek azalmakta ve 24.00 sularında da % 15 yoğunluğuna düşmektedir. Hafta sonlarında izleyici yoğunluğundaki hafif azalmaya rağmen, akşam ve gece bültenlerinde hafta içi dağılımına benzer sonuçlar görülmektedir. Sabah saatlerinde yayınlanan haber bültenlerini daha çok kadınlar, akşam saatlerinde ve gece yayınlanan haber bültenlerini ise daha çok erkekler izlemektedir. Yaş gruplarına göre bakıldığında, 50-60 yaş arası grubun haber bültenlerine daha çok ilgi gösterdiği anlaşılmaktadır. Eğitim düzeyi açısından değerlendirildiğinde ise, eğitim düzeyi yükseldikçe akşam ve gece haberlerine olan ilginin arttığı gözlenmektedir.²²⁴.

Yine izleyici araştırmalarına göre televizyon haber bültenlerinde en çok izlenen bölüm haber özetleri olmakta ve bir haber bülteninin haber özetlerini izleyenlerin oranı, haberleri başından sonuna kadar izleyenlere göre 3 kat fazla bulunmaktadır. Haber bültenlerinden izleyicilerin beklentilerine bakıldığında, saat başı haber uygulamaları % 46.5 oranında beğenilmektedir. Yurt içi haberlerin süresinin biraz daha artırılması istenirken, dış dünya ile ilgili haberlerin süresi yeterli bulunmaktadır. Magazin haberlerinin süresinin uzatılmasını isteyenler azınlıkta kalırken, sağlık konuları ile ilgili haberlerin süresi az bulunmaktadır. Haberlerde aşırı şiddet görüntüleri uygun

²²³ Sedat Cereci, “İzleyici Davranışları” *Kamera Dergisi*, Haber Kameramanları Derneği Yayın Organı, Sayı: 11, Yıl:2001, s. 26.

²²⁴ Mehmet Mete, *Televizyon Yayınlarının Türk Toplumunu Üzerindeki Etkisi* (Ankara: Atatürk Kültür Merkezi Başkanlığı Yayınları, 1999), s. 61.

bulunmazken, haberlerin abartılmadan, tarafsız olarak sunulması isteği çok ağırlık kazanmaktadır. Haber bültenlerinin birden fazla spiker ve uzman konuşmacıyla sunulmasını isteyenler % 30 oranındadır²²⁵.

Televizyon haberciliğinde haberlerin sunumunu halkın istek ve beklentilerinin belirlediği ve halkın da daha eğlenceli ve magazineli haberi tercih ettiği görüşüne göre hareket eden ve “halk bunu istiyor” diyen habercilik anlayışı, kamusal sorumluluk taşıması gereken habercilik anlayışı ile bağdaşmamakta, sonuçta halkın karşısına şiddet ve özel yaşantıyı konu alan haberler çıkmaktadır²²⁶.

Seyircilerin izlemekten hoşlandıkları şeylerin kısa sürede değişen milyonlarca hareketli resim olduğu düşüncesiyle hareket edildiğinde, seyircinin ilgisinin gereğini yerine getirmek amacıyla haberler hazırlandığında, içeriğin geri plana atıldığı ve haberlerin gösteri niteliği taşıdığı savunulmaktadır²²⁷. Günümüzde insanların eğlenceli olmayan kendilerine ilginç gelmeyeceğini düşündükleri, kendilerine söylenen en kötü yalanlar bile eğer görüntü ve müzik eşliğinde kanıtlanabilirse merak edip izleyecekleri iddia edilmektedir²²⁸.

Postman, “Massachusetts, New Bedford’da televizyonda, duruşma ile kendilerinin çok sevdiği günlük pembe diziler arasındaki farklılığı ayırt edemeyen izleyicilerin zevkle izledikleri bir ırza geçme davası gösterildi. Florida’da, cinayet dahil olmak üzere ciddi nitelikli bazı davalar düzenli olarak televizyonda gösterilmekte ve en kurgusal mahkeme dramalarından bile daha eğlenceli bulunmaktadır”²²⁹ diyerek, seyirci tercihlerinin kimi zaman ne kadar yanlış ve olması gerekenden uzak düşebileceğini gösteren örnek olaylar aktarmaktadır.

Kongar ise izleyicinin haberden beklentilerini, çevresinde olup biteni öğrenmek ve yorumlamak için gerekli ipuçlarını aramak, önce kendi sorunlarının, sonra kendisi gibi olanların sorunlarının, en son olarak da başka insanların sorunlarının ele alındığını, çözüm yollarının önerildiğini görmek, kendini yenilemek, yeni bilgi ve becerilerin nasıl kazanılacağını öğrenmek ya da doğrudan doğruya eğitilmek, genel olarak kendisinin de toplumda anlamlı bir yeri olduğunu, kişisel kimliğinin geçerli olduğunu ve işe

²²⁵ Mete, a.g.e., s. 61-62.

²²⁶ Ayşe İnal, **Haber Okumak.**(İstanbul: Temuçin Yayınları, 1996), s. 21

²²⁷ Postman, 1994, a.g.e., s. 104.

²²⁸ Aynı, s. 121.

²²⁹ Aynı, s. 107.

yaradığını fark etmek, aynı zamanda da eğlenmek ve dinlenmek ister diyerek açıklamaktadır²³⁰.

Sonuç olarak, haberler izleyicilerin televizyon programları arasında en çok tercih ettiği programlar olup, yüksek seyredilme oranına sahiptir. Kimi izleyiciler haberleri de eğlenmek amaçlı izleme eğilimi gösterirken, büyük bir kısmı bilgilenmek için izlediğini ifade etmektedir. İzleyici istiyor diye magazin haberlere ya da sansasyonel olaylara daha fazla yer verilmesi ise, kaliteyi düşürdüğü gibi halkın bilgilenmesini engellemektedir. Önemli olan halkın beklentileri ile olması gereken habercilik arasında denge unsurunu kurabilmektir.

5. TELEVİZYON HABERLERİNDE ÖZDENETİM

5.1. Özdenetimin Önemi

Pek çok anayasada, medyanın özgür olması, sansür edilmemesi gerektiği yolunda hükümler olmasına rağmen, dünyanın her yerinde siyasal partiler, kimi baskı ve güç odakları veya hükümet sorumluları medyanın işine karışmaya, sınırlama ya da sansüre varan uygulamalara yönelebilmektedir. Medyanın özgürlüğü sadece habercilerin özgürlüğü değil, aynı zamanda doğru haber alma hakkına sahip her kişinin de özgürlüğüdür. Bu tür sınırlamalara izin vermemek medyanın elindedir. Basın kendi kendini denetleyerek, oto kontrol yöntemiyle, hükümetlerin aldığı zorlayıcı tedbirler dolayısıyla haberlerinin sansüre uğramasını önleyecek ve güvenilirliği tanınarak uzun vadede kısıtlamaları en alt seviyeye kendiliğinden indirebilecektir. Oto kontrol yöntemiyle devletin medya alanına müdahalesi önlenebileceği gibi basın özgürlüğünün kötüye kullanılmasının da önüne geçilmiş olacaktır.

Televizyon habercileri her gün, seyirciye ulaştırabilecekleri pek çok haber arasından, kısıtlı zamanları olması nedeniyle, doğru ve adaletli olması beklenen bir takım ölçütlerle haber seçimi yapmaktadırlar. İyi niyetle yola çıkmış olsalar da, kimi zaman bir takım nedenlerle (zaman darlığı, atlatılma korkusu, yanlış bilgilendirilme vs.), hatalar yapabilmekte, haberde bazı unsurları atlayabilmekte ya da objektiflikten uzaklaşabilmektedirler. Öncelikli görevleri olan kamu çıkarlarına hizmet görevlerini

²³⁰ Emre Kongar, “Serbest Zaman İçinde Basının Alabileceği Pay, Kitle İletişim Tekniklerindeki Gelişme ve Yazılı Basının Geleceği”, **Seminer Konuşması** (İstanbul: 1982), s. 88-89.

yerine getirirken karşılaştıkları ahlaki sorunlara çözüm arayışlarında özdenetim mekanizmaları ortaya çıkmaktadır. Özdenetim, televizyon haberciliğinde mesleki saygınlığı sağlamak, doğru ve güvenilir haber vermek, haber yorumlarını inanılır kılmak, izleyicilerin güvenini sürdürmek için yapılması ve yapılmaması gerekenlerin tümüdür²³¹.

Özdenetimi uygulama yollarından biri meslekle ilgili etik kurallar belirleyerek, bu kurallara uyulmasını sağlamaktır. Tüm meslek gruplarının, toplum için yararlı olabilmesi, mesleklerinden sapmadan, topluma zarar vermeden görev ve fonksiyonlarını yerine getirebilmesi için etik kurallara ve mesleki standartlara ihtiyacı vardır. İletişim alanında çalışanların ise kamu hizmeti yerine getirmelerinden dolayı, hem mesleğe saygınlık kazandırmak hem de meslek dışı denetimin oluşturacağı rahatsızlıkları önlemek için meslek etiğine olan gereksinimleri kaçınılmazdır²³². Meslek etiği yalnızca çalışılan iş yerinin, iş veren tarafından belirlenmiş kurallarına uymaktan ibaret olmayıp, kişilerin kendi iradeleri ve niyetleri ile ilgilidir²³³.

Haber çalışanlarının, etik ilkeleri yalnızca izlenmesi gereken kurallar bütünü olarak değerlendirmeyip, insan davranışlarının doğruları ve yanlışlarıyla ilgili makul gerekçelere dayanan, tarafsızlık ve nesnellikle uygulanması beklenen ilkeler olarak görmeleri gerekmektedir. Örneğin ‘bir haberci yalan söylememelidir’ gibi bir kural konduğunda, bu habercinin gerçeği söyleyeceği anlamına gelmemektedir. Haberci sessiz kalarak, konuyu değiştirerek, yorum yapmayarak yalan söylemekten kaçınabilir ama sorunlardan söz etmediğinde gerçeği tam olarak anlatmamış olacaktır. Bu nedenle bir takım yapılmaması gereken kuralları sıralamakla etik ilkeler belirlenmiş ve uygulanmış sayılamaz. Önemli olan etik temellere dayanan bir davranışa sahip olmak ve eylemlerinin sorumluluğunu taşımaktır²³⁴.

Habercilik mesleğinin sürdürülmesini sağlamak için vazgeçilmez bir öneme sahip olan etik ilkeler, haber verme özgürlüğünü desteklemeyi, kamuya sunulan haberlerin inandırıcılığını sağlamayı, basına devlet müdahalesinin önünü kesmeyi ve gazetecilik

²³¹ Zeynep Alemdar, *Oyunun Kuralı, Basında Özdenetim* (Ankara: Bilgi Yayınevi, 1990), s. 23-24.

²³² Seniye Çaldağ, “Etik ve Çoğulculuk”, *Yeni Türkiye Dergisi Medya Özel Sayısı*, Sayı: 11 (Eylül-Ekim 1996), s.171.

²³³ Nurçay Türkoğlu, “İletişim Etiği”, *1. İletişim Kongresi Bildiriler Kitapçığı* (İstanbul: 1-3 Mart 2000), s. 419.

²³⁴ Belsey, *a.g.e.*, s. 24-27.

mesleğinin hak ettiği saygınlığı kazanıp korunmasını amaçlamaktadır. Habercilikte uygulamaların çoğu özgürlük, yansızlık, doğruluk, dürüstlük ve mahremiyet gibi kaçınılmaz olarak etikle ilgili kavramlarla birlikte anıldığından, etik, haberle ilgili tartışmaların, uygulamaların ve sorunların ayrılmaz bir parçasıdır²³⁵.

Hukuki yaptırımları olmasa da ahlak kurallarına meslek örgütleri büyük önem vermekte ve uymayanlar değişik şekillerde cezalandırılmaktadır. Bu kurallar haberin her aşamasındaki tüm çalışanlar için geçerli olduğu gibi, bir takım çıkar çatışmalarının önlenmesi açısından işverenleri de bağlaması gerekmektedir²³⁶.

Özdenetimi sağlamaya yardımcı bir diğer unsur, basın konseyleri, yayıncılık birlikleri ya da haber konseyleri gibi oluşumlardır. İlk örneği 1916'da İsveç'te görülen 1963'te İngiltere'de kurulan, sonraları diğer ülkelerinde takip ettiği bu oluşumlar, kamu için bağımsız gözlemcilik görevi üstlenerek, haksız ya da yanlış haberleri denetlemek ve haberlerden çeşitli şekillerde zarar gören kişilerin şikayetlerini incelemek amacı taşımaktadırlar. İncelemeleri sonucunda yayın organını haksız bulduklarında kamuoyuna açıklayarak, yayın organının aleyhinde etkili bir yaptırım oluşturmaktadırlar. Bu tür bir konsey modeli, İngiltere'de çok işlevsel olarak çalışmalarını sürdürürken, ABD'de başarılı olamamıştır. Basının gözlemcisinin yine basın olması gerektiği, basın dışı bir örgüt tarafından denetlenmenin basın özgürlüğüne gölge düşüreceği eleştirilerine hedef olmuştur²³⁷.

Bir diğer özdenetim modeli ise, İsveç'ten esinlenilmiş ombudsman uygulamasıdır. Bu modele göre ombudsman, kişilerin basınla ilgili şikayetlerini yönelttikleri, hükümetle hiçbir bağı olmayan, her basın organının kendi bünyesinde yer alan, yanlışlıkları izleyip tekrar edilmelerini önleyen kişidir. Ombudsman kendisini patron dahil, kimseye karşı sorumlu hissetmemekte, bağımsız bir şekilde yanlışları halka duyurmaktadır²³⁸.

5.2. Değişik Ülkelerde Özdenetim Uygulamaları

Özdenetim uygulamaları farklı ülkelerde gelişmişlik düzeylerine göre farklı biçimlerde ortaya çıkmıştır. Gelişmiş ülkelerde devlet denetimi dışında, haber

²³⁵ Aynı, s. 10.

²³⁶ Alemdar, a.g.e., s. 25.

²³⁷ Aynı, s. 26-28.

²³⁸ Aynı, s. 29-31.

çalışanlarının ve örgütlerinin geliştirdiği uygulamalar ön plana çıkarken, gelişmekte olan ülkelerde devlet ve siyasi iktidarların özdenetim uygulamalarına müdahalesi söz konusudur.

ABD’de basın meslek ilkelerinin kabulü 1923’lere kadar giderken, Amerika’lı gazetecilerin ulusal düzeyde geçerli olabilecek meslek ilkeleri geliştirme konusunda istekli olmadıkları, bunun yerine kendi kuruluşlarının belirledikleri ahlak kurallarına uymayı tercih ettikleri görülmüştür. Avustralya’da da her örgüt kendi meslek ahlak ilkelerini hazırlama ve uygulama eğiliminde olup, kamuoyu karşısındaki sorumluluktan çok, ticari nitelikli sorunlara duyarlılık göstermişlerdir. Almanya’da bu konudaki ilk düşünceler 1945’e dayanmakta olup, İngiliz Basın Konseyi modeli örnek alınmıştır. İngiltere, basın ahlak ilkeleri ve şeref divanı kurmayı düşünen ilk ülkelerden biri olarak, 1936’ya dayanan ilk basın ilkeleri, bu alanda çalışanları korumaya yönelik olarak düzenlenmiştir. İkinci Dünya Savaşı sonunda, iletişim araçlarına yönelik eleştiriler artınca, kamuoyunun yeterince korunamadığı düşünülerek, yeni arayışlara gidilmiş ve bunun sonucunda, yazılı basın, radyo ve televizyonun ayrı ayrı inceleme komisyonları kurulmuş, basındakine benzer öneriler getirilmiştir. İsveç’te 1916’ya dayanan meslek kuruluşları, ilk defa 1923’te kabul edilen ahlak ilkeleri, pek çok değişikliklere uğrayarak gelişmiştir. Ombudsmanlık ilk kez bu ülkede uygulanmış, gazeteciler meslek ahlakına aykırı hareketlerde bulunmayı reddetmeye çağırılmıştır. Kanada, büyük coğrafi alanı ve bölgelerinin birbirinden uzak oluşu, farklı dillerin konuşulması gibi gelenek ve toplumsal bilinç farklılıklarına sahip olması dolayısıyla, ahlak ilkeleri ve konseyleri konusunda farklı bir örnek oluşturmaktadır. Kanada’da dört basın konseyi, radyo ve televizyonlar için bir çok ahlak ilkesi bulunmaktayken, yazılı basın için geliştirilmiş ahlak kuralları görülmemektedir. Bütün basın konseyleri ikili bir yapıya sahip olup, üyelerinin yarısı meslekten, diğer yarısı tanınmış kişilerden oluşmaktadır. 1926’da kurulan Kanada Radyo ve Televizyon Gazeteciler Derneği, bu alandaki en eski örnektir²³⁹.

Gelişmekte olan ülkelerde hükümetin yürüttüğü genel siyasete ya da bazı kararlarına sınırlı muhalefet hakkı tanınmaktadır. Ulusal birliği yıkıcı, zedeleyici, kamu düzenini bozucu ya da teşvik edici yayınlardan kaçınılması (Jamaika, Burma), ulusal

²³⁹ Alemdar, a.g.e., s. 56-66.

değerlerin eleştirisi dışında tutulması (Mısır), silahlı kuvvetler üyelerinin rejime karşı güvenlerini, bağlılıklarını sarsacak yayınlardan kaçınılması (Nijerya)²⁴⁰ gibi basın özgürlüğüne ve ahlak ilkelerine koyulan maddelerde bir takım sınırlılıklar getirilmiş, ulusal bütünlük, manevi varlık gibi değerler öncelikli öneme sahip kabul edilmiştir.

Türkiye’de özdenetim konusu 1960’a kadar dayanıyor olmasına rağmen, günümüzde medya pek de olumlu bir tablo çizmemektedir. Basında özdenetim çalışmaları çoğu kez yetersiz kalmış, hükümetlerin zaman zaman örtülü ya da açık bir şekilde medyaya müdahaleleri devam etmiştir. Özdenetim için geliştirilen meslek ilkeleri çoğu zaman göz ardı edilmiş, bu konuda yasaların olması da yeterli gelmemiştir. Kapan, “Türkiye’de basınla ilgili hüküm içeren tam elli dört tane kanun olmasına rağmen, pek çok şey lafta ve kağıt üstünde kalmaktadır”²⁴¹ derken, sorunların kanunlarla çözülemeyeceğini vurgulamaktadır.

İletişim özgürlüğü, saydam bir yönetimin ve demokratik sistemin temel koşullarından birisidir. Medyanın önemli işlevlerini yerine getirebilmesi için, her şeyden önce özgür bir çalışma ortamının sağlanması ve meslek etiğinin üstün tutulması gerekmektedir. Toplumun yararını ve özgürlüklerini savunmak zorunda olan medyanın, her türlü çıkar grubu ve otoriteden bağımsız hareket ederek yalnızca gerçekleri yansıtabilmesi için, kendi içinde özdenetim yapabilmesi kaçınılmaz bir zorunluluktur.

²⁴⁰ Aynı, s. 68-73.

²⁴¹ Kapan, a.g.e., s. 138-139.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

TELEVİZYON HABERCİLİĞİNDE ETİK SORUNLAR

Kamuoyu yoklamaları, medya kuruluşlarının en az güvenilen kurumlar arasında yer aldığını göstermektedir. Bu güven bunalımı ise, medyadan rahatsızlık duyan hükümetlerin işlerini kolaylaştırabilmekte, varolan baskıcı yasaların daha da ağırlaştırılması için girişimde bulunabilmelerine zemin hazırlamaktadır. Son yıllarda medya etiği konusunda artan tartışmaların nedenlerinden biri de medyanın giderek toplumda ve siyasette daha belirleyici bir rol oynamaya başlamasıdır. Medya güçlendikçe, elindeki gücü kötüye kullanma eğilimi de giderek artmaya başlamıştır²⁴². Çağdaş demokrasilerde dördüncü kuvvet olan medyada bir etik krizi yaşandığında, medyanın gücü ve toplumsal yaşam üzerindeki etkilerinden dolayı olumsuz yansımaları hızla ortaya çıkmaktadır²⁴³. Etik ilkelerden uzaklaşılması sonucu ortaya çıkan medya terörü, haberleri çarpıtmak, kendini hakim veya savcı yerine koyarak yargısız infaz yapmak, insanların haysiyet ve şereflerini ayaklar altına almak, asparagas (düzmece-yalan) haber uydurmak, toplumun avukatı olma yerine sermaye, nüfuz ve güç sahiplerinin yanında olmak, halkın değer yargıları, örf ve adetiyle çatışmak, çamur at izi kalsın misali toplumun gözünde insanları psikolojik çöküntüye sürüklemek, küçük düşürmek, şantaj yapmak, yakıştıрма, mübalağa, istismar, sindirme ve toplumu zehirleme vb. anlamlarında kullanılmaktadır²⁴⁴.

Medya, temiz toplum ve adalet arayışlarına katkıda bulunabilmesi için, kendi içinde tutarlı, sivil toplumu daha etkin biçimde temsil etme yolunda kendi eksik ve yanlışlarını görerek ve bunları düzeltme yolunda giderek, her türlü kişisel ve kurumsal çıkardan arındırılmış bir sorumluluk anlayışı çerçevesinde davranmalıdır²⁴⁵.

²⁴² Süleyman İrvan, "Medya Etiği ve Mesruluk Sınırları", *Birikim Dergisi* (İstanbul: 1998), s. 61.

²⁴³ Coşkun Can Aktan, *Ahlaki Yeniden Yapılanma ve Toplam Ahlaka Doğru: Toplam Ahlak Yönetimi*, (İstanbul: Arı Düşünce ve Toplumsal Gelişim Derneği Yayınları, 1999), s. 17.

²⁴⁴ Yavuz Kır, "Medya Terörü Kamuoyu Oluşturma veya Oluşturamama", *Yeni Türkiye Dergisi Medya Özel Sayısı*, Sayı:11 (Eylül-Ekim 1996), s. 184.

²⁴⁵ Karaismailoğlu, a.g.e., s. 133.

Günümüzde özelde televizyonlarda genelde tüm kitle iletişim araçlarında etik anlayış günlük çıkar ilişkilerine dayanmakta ve ahlaki değer yargılarında bir erozyona rastlanmaktadır. Basın özgürlüğü kanunu, insanların en temel hakkı olan bilme hakkı üzerine kurulduğu halde, sorumsuz bir yayıncılık anlayışı hüküm sürmektedir. Liberal anlayış, serbest piyasa mantığı çerçevesinde herkes kendi bildiğini yapmakta, çok sesliliğin gereği olarak alternatif görüşlere yer verilmesi isteğinden ise pek çok yayın kanalının olması anlaşılmaktadır²⁴⁶.

1. HABERİN İÇERİĞİNİ İLGİLENDİREN ETİK SORUNLAR

1.1. Taraf Olma ya da Nesnellikten Uzaklaşma

Nesnellik, olayları gerçekte olduğu gibi yeniden sunabilmek olarak tanımlanmaktadır. Etik açıdan kabul edilebilir bir haberde, olayların gerçekte olduğu gibi sunulması beklenmektedir. Haberin içeriğinde öznel bir yorum olmadan, gerçekte yaşanan olaylara uyması, kısacası nesnel bir şekilde aktarılması, gazeteciliğin içinde bulunduğu haberi ele alış süreci göz önüne alındığında, pek mümkün görünmemektedir²⁴⁷.

Medyanın, kamu çıkarlarını gözeterek haber vermek görevini yerine getirirken, etik açıdan uygun faaliyetler gösterebilmesindeki temel koşul, insanların yaşamlarını ilgilendiren olayları, doğru ve eksiksiz haber yapmasıdır. Medyanın, sadece haberi doğru vermesi, gerçeğe uygun ve nesnel haber yapması yeterli olmayıp, haberin gerçekleştiği bağlamda yani olayları gerçekleştiği şekilde aktarması gerekmektedir. Ancak gazetecilerin tam olarak tarafsız ve değer yargılarından soyutlanmış bir şekilde, sadece gözlemci gibi haberi aktarmasını beklemek pek gerçekçi olmamaktadır²⁴⁸.

İletişim sürecinin doğasında ikna etme vardır, her birey, olayları-şeyleri kendi inanç, davranış ve değerler sistemi çerçevesinde görme eğilimindedir. Kuşkusuz muhabirler de kendi inanç, tutum ve değerleri çerçevesinde belli bir biçimde algıladığı olayları haber olarak seçer. Gazetecilik faaliyeti değer yargılarıyla donanmış kişilerin yürüttüğü bir faaliyettir. Etik açıdan en büyük sorunu, gazetecilerin kendi değer

²⁴⁶ Çaldağ, a.g.e., s. 173.

²⁴⁷ Andrew Edgar, "Nesnellik, Yanlılık ve Hakikat", *Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar*. Derleyen: Andrew Belsey ve Ruth Chadwick (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1998), s. 142.

²⁴⁸ Çaplı, a.g.e., s. 88.

yargıları uğruna gerçekleri görmezden gelmeleri oluşturmaktadır. Gazeteci, kendisini bağlayan düşünce ve duyguların, kendisinde var olan taraflılık ve yanlılığın bilincinde olarak olaylara nesnelliğe ulaşma çabasıyla yaklaşabildiğinde doğru davranmış olacaktır²⁴⁹.

Muhabirlerden başka editörler, hangi haberin gösterileceğine karar verirken kendi değerleriyle birlikte reklam verenler, siyasi iktidarlar ve medya patronunun isteklerini de düşünerek seçim yapmaktadırlar. Montaj odasında görüntüler seçilmekte, habere kaç dakika süre ayrılacağına karar verilmektedir. Haberi sunarken sunucu kendi mimikleri, ses tonundaki değişik vurgulamaları işin içine dahil etmektedir. Kısacası bir olay olduktan izleyiciye yansıyana kadar geçen sürede bir çok bilinçli ya da bilinçsiz seçime ve müdahaleye maruz kalmaktadır²⁵⁰.

İzleyiciler de olayların nasıl gerçekleştiğinin yanı sıra, bu olayların toplumsal açıdan öneminin ve etkilerinin neler olduğuna dair yorumlar beklemektedir. Bu bağlamda ise, izleyici kendi dünya görüşüne yakın haber veren televizyon haberlerini izleme eğilimi gösterecek, yayın kuruluşu da izleyicisinin beklentilerine cevap veren türde haber yapmaya devam edecektir²⁵¹.

Haberde tarafsızlığın sağlanması, bu alanda çalışan araştırmacıların ortak görüşlerine göre çok zor hatta mümkün değildir. İdealist kuramcılar gazetecilikte nesnelğin sağlanmasını ön koşullara bağlayarak, nesnelğin, gazetecinin dürüst olarak nesnel olmayı istemesiyle, konuya ya da topluma yansız bir tavır içerisinde yaklaşmasıyla kendiliğinden gerçekleşeceğini, bu düşüncenin ise tam anlamıyla ideal bir düşünce olduğunu, gazetecilerin profesyonel becerileri kazanmadan uygulamada bunu başaramayacaklarını ileri sürmektedirler. Asıl önemli nokta ise, haberlerdeki taraflılığın ve yanlılığın derecesinin ne olduğudur. Haberdeki taraflılık çok büyük boyutlardaysa ve toplumdaki konuyla ilgili farklı görüşlere yer verilmiyorsa taraflılık derecesi önemli boyutlara ulaşmış demektir²⁵².

Taraflılığın boyutlarını ortaya koymak açısından, Edgar'ın aktardığı, haber bültenlerinde sunulan tecavüz görüntülerinin, tecavüz gerçeğini çarpıttığı şeklindeki

²⁴⁹ Aym, s. 91.

²⁵⁰ Matelski, a.g.e., s. 20

²⁵¹ Çaplı, a.g.e., s. 89.

²⁵² Aym, s. 89.

değerlendirmeleri önemlidir. Amerika'daki tecavüzle ilgili haberleri analiz eden yazarlar, medyada aktarılan tecavüz olaylarının tek tip olmadığını, haberlerde olayın mağdurlarına ve saldırganlara atfedilen özelliklerin resmi istatistiklerden farklı olduğunu ileri sürmektedirler. Aktarılan haberlerin mahkeme kayıtlarıyla karşılaştırılmasıyla, haberlerin tecavüz olayları arasından mağdurların verdiği bilgiler açısından ilgi çekici olanlar alınarak, seçici davranıldığı, tecavüzcünün cinsel olarak tahrik edildiği yönünde bir izlenim uyandırılarak olayın sorumluluğunun, kışkırtıcı ve sorumsuz davranışıyla kadına yüklendiği görülmüştür. Tecavüzle ilgili haberler, bir olayın haber olarak yorumlanma sürecini ve bu olayın nasıl bir betimleme biçimiyle sabitlendiğini ortaya koymaktadır²⁵³.

Sonuç olarak, haberler olayların olduğu gibi aktarılması değil, bir yorumlama sürecinden geçtikten sonra, taraflı olarak verildiği, gerçeklik iddiası taşıyan halleridir. Haberlerde tam bir nesnellikten söz etmek mümkün değildir ancak önemli olan gazetecilerin taşıdığı iyi niyet ve mümkün olduğunca nesnelliğe ulaşma çabalarıdır. Bu noktada etik değerler söz konusudur. Haberlerde nesnelliğe tam anlamıyla ulaşılması ise güç bir ideal olarak görülmektedir.

1.2. Gerçeklerin Araştırılmaması

Toplumsal hayat için gerekli olan güven duygusu, halkın gerçekleri öğrendiğine olan inancıyla doğrusal orantılı olarak artıp, azalabildiğinden, basın ahlak yasalarında en çok üzerinde durulan kavram haberin doğru yani gerçek olması, dürüst bir şekilde hazırlanmasıdır. 1971 yılında Münih'te imzalanan ve bir çok Avrupa ülkesi tarafından da kabul edilen 'Münih Şartı' nda gazetecilik görev ve hakları tanımlanmış, gazetecilerin kamuoyu karşısındaki sorumluluklarının diğer bütün sorumluluklardan önce geldiği kararı gereğince, görev deklarasyonunun birinci maddesinde 'Sonuçları kendisi için ve kamunun gerçeği bilmesi açısından her ne olursa olsun, gerçeğe saygılı davranmak' yer almıştır²⁵⁴.

Medyanın doğru bilgiyi kamuoyuna sağlama yükümlülüğü vardır ve tüm gazetecilik etik kodlarında, gazetecilerin her koşulda doğruyu iletmesi gerektiği ısrarlı bir biçimde belirtilmektedir. Kimi zaman gazeteciler olayları doğrudan gözlemleme

²⁵³ Edgar, a.g.e., s. 151-155.

²⁵⁴ Kapan, a.g.e., s. 137.

olanağına sahip olamamakta ve haberde verdiği bilgilerin gerçeğe uygunluğunu tam olarak sağlayamamaktadır. Haber ve gerçek birbirinden farklı kavramlardır. Haberin işlevi bir olaya dikkat çekmekken, gerçeğin işlevi gizli kalmış bir takım konuları ortaya çıkarmak ve başka bulgularla birleştirerek bir gerçeklik yaratmaktır. Gazeteciler, olaylar hakkında gerçeği ortaya çıkaracak kadar bilgiyi toplayıp, bir araya getirerek olayları anlamlandıracak şekilde ortaya koyamamakta, kamuoyunu tam olarak nelerin olup bittiği konusunda bilgilendirememektedirler²⁵⁵.

Gerçeği araştırıp ortaya çıkarma konusunun medyada özgürlük kavramıyla da yakın bir ilişkisi bulunmaktadır. Tam anlamıyla gerçeklerin söylenebilmesi için, özgür bir medyanın olması gerekmektedir. Diğer bir deyişle, medya gerçeklerin ortaya çıkmasına hizmet edebilmek için, özgür olmak zorundadır. Medyanın özgür olmasını engelleyen ekonomik, politik, ideolojik bir takım nedenler, haberlerin çarpıtılmasına, yorum katılmasına ve sadece gerçeklerin konuşulmasına engel teşkil etmektedir. Bu durumda ise, gerçekleri aktarmak gibi bir misyonu yerine getiremeyen medya, güvenilirliğini kaybetmektedir. Uluslararası Gazeteciler Federasyonu'nun kabul ettiği meslek ilkelerinde "Doğruya ve kamunun doğruyu öğrenme hakkına saygı göstermek gazetecinin birinci görevidir" maddesi yer almaktadır²⁵⁶.

Televizyon haberciliğinde haberi yayına bir an önce yetiştirmek ve diğer kanalların önüne geçmek düşüncesiyle hareket eden haberciler, kimi zaman gerçekleri ve bilgileri yeterince inceleyip, araştırıp, değişik kaynaklara doğrulatmadan yayına vermektedir. Denetlenmeden yayına verilen haberler kimi zaman yanlış, aldatıcı ve abartılı olabilmektedir. Gerçek ortaya çıktığıdaysa, halkın televizyon kanalına olan güveni sarsılmaktadır. Önemli olanın haberi bir an önce vermek değil, doğru ve gerçek haberi vermek olduğu unutulmamalıdır²⁵⁷.

Ramonet, medyanın, hangi olay olursa olsun, acelecilik içinde doğru dürüst araştırmadan, sırf olayın üstüne gittiği görüntüsü vermek için olaya daha çok zaman, daha çok muhabir ayırdığını ifade etmektedir. Böylece medya, bu olay önemlidir mesajı vererek, diğer kanalları da atlatılma korkusuyla aynı aceleciliğin içine çekmekte ve gerçekleri araştırmaya fırsat tanımamaktadır. Bu acelecilik ve gerçeğin araştırılmadan

²⁵⁵ İrvan, 2003, a.g.e, s. 59.

²⁵⁶ Aynı, s. 60.

²⁵⁷ Uyguç, a.g.e., s. 223.

verilmesi kartopu etkisi yaratarak giderek büyümekte, birbirini aşırı duyarlı hale getiren medya doğru yanlış ayırt etmeksizin aşırı bilgilendirme sarmalının içine girmektedir²⁵⁸. Matelski'nin aktardığına göre, Kennedy suikastinden sonra dedikodu düzeyinde yayılan her bilgiyi doğrulatmadan yayınlayan haberciler, sonuçta kimin neye inanacağını bilemediği bir kargaşaya neden olmuşlardı. Yanlış bilgilerin ayıklanması çok zaman almıştı ancak yine de güvenilirlik sağlanamamıştı²⁵⁹.

Gazetecilerin, haber kaynaklarına güvenerek, haberi tam olarak araştırmamaları, kaynağın verdiği ile yetinmeleri ve elde edilen bilgileri başka kaynaklara doğrulatmamaları da gerçeklerin ortaya çıkışı önünde bir engel yaratmaktadır. Gazeteciler, kendilerine bilgi sağlayan kaynakların, gerçekleri bilip bilmediğinden emin olmak zorundadır. Ayrıca kaynağın kişisel bir çıkar sağlamak için kendisini yanlış bilgilendirmiş olabileceği ihtimalini de göz önünde bulundurarak, mutlaka haberi başka kaynaklara da doğrulatmalı ve doğruluğundan emin olmadan vermemelidir²⁶⁰.

İrvan, Medya Etiği adlı bir seminer konuşmasında Piar Gallup isimli araştırma şirketinin yaptığı bir anket sonuçlarını değerlendirmektedir. En çok güvenilen kurumların ortaya konmaya çalışıldığı bu ankette, güvenilirlik sıralamasında en gerilerde medya ve politikacıların yer aldığı görülmektedir. İrvan, medyaya güvenilmemesinin en büyük nedeninin, medyanın saygınlığını yitirmesi olduğuna, medyada çıkan haberlerin doğruluğundan halkın kuşku duyduğuna, her haberin arkasında farklı bir takım amaçların yattığına inandığına dikkat çekmektedir²⁶¹. Medyanın yapması gereken güvenilirliğini kanıtlamak için, verdiği haberlerin doğruluğundan emin olmadan, acelecilik içinde ve reyting kaygısıyla davranmadan, olayları tüm yönleriyle araştırarak gerçeklerin ortaya çıkarılmasını sağlamaktır. Önemli olan, haberi en önce veren olmak değil, en doğru ve en kapsamlı bir şekilde ileten olmaktır.

1.3. Haberlerin Magazinel Hale Gelmesi

Televizyon önceleri eğlendirici yönü ağır basan bir araç olarak gelişmiştir. Daha sonra kamuoyunu bilgilendirmek, ikna etmek ve eğitmek yönünde işlevler yüklenmiş,

²⁵⁸ Ramonet, a.g.e., s. 22-23.

²⁵⁹ Matelski, a.g.e., s. 21.

²⁶⁰ İrvan, 2003, a.g.e., s. 62.

²⁶¹ İrvan, Medya Etiği.

ancak önceliğini hep reklam desteği alabilmek için reytinglere dayandırmak zorunda kalmıştır. Bu nedenle izleyiciler karşısında popüler olma kaygısıyla, haberlerinin sunulduğunda bile hep izlenme oranı ağır basacak haberler seçmeye özen göstermiştir²⁶².

Postman, eğlencenin televizyondaki her türlü söylemin üst ideolojisi olduğunu, neyin gösterildiğinin ya da hangi bakış açısının yansıtıldığının önemi olmadığını, her şeyin üstünde tutulan varsayımın, izleyicilerin eğlenme ve haz almaları üzerine kurulu olduğunu savunmaktadır. Haber programlarının her gün trajedi ya da barbarlık örneği sunmalarının nedeni de budur, ayrıca haberlerin ciddiye alınmayacağı, eğlence olarak algılanacağı ve zaten eğlence çerçevesinde sunulduğu, durup düşünülecek değil, bakılıp geçilecek haberlerin yapıldığını vurgulamaktadır²⁶³. Gelgeç olay denen bu tür haberler suya sabuna dokunmadan herkese kendini izletebildiği, zaman aldığı, daha önemli şeyler söylemek için kullanılacak zamanı harcadığı için aslında çok önem taşıyan haberler olarak da kabul edilmektedir. Oysa bir olayın önemli sayılabilmesi ve ekranlarda kendine yer bulabilmesi için, olayın ölçüsüne ve sonuçlarına bakmak gerekmektedir. Olayın ölçüsünü göstermesi açısından çok sayıda ölü ve yaralıyla sonuçlanan bir trafik kazası örnek olarak gösterilebileceği gibi, çıkarılacak yeni bir yasanın o toplumda yaşayan insanlar üzerinde yaratabileceği olumlu ya da olumsuz etkilerin anlatıldığı bir haber, olayın sonuçlarının çok sayıda kişiyi ilgilendirmesi bakımından örnek olarak verilebilir²⁶⁴.

Her televizyon kanalı gündem belirleme iddiası ile haberleri sunarken, en önemli skandal haberlerin bile ömrünün iki günü geçmediği, olayların devamının araştırılmadığı ve bir sonuca ulaşamadığı gözlenmektedir²⁶⁵. Yine televizyon haberlerinde önemli olduğu düşünülen bir haber verilirken, olması gerekenden başka şekilde ya da anlamsızlaştırarak verilebilmektedir. Bourdieu bu durumu açıklarken, gazetecilerin bazı şeyleri görürken bazılarını görmediklerini ve gördükleri şeyleri de belli bir tarzda gördüklerini, bir ayıklama yaptıklarını, ayıklanmış şeyi de belli bir tarzda kurduklarını belirtmektedir. “Ayıklama İlkesi” dediği bu durumu sansasyonelin, gösteri niteliği taşıyanın aranması olarak açıklamaktadır. Böylece televizyon haberi için

²⁶² Matelski, a.g.e., s. 23-24.

²⁶³ Postman, 1994, a.g.e., s. 99-100.

²⁶⁴ Girgin, a.g.e., s. 86.

²⁶⁵ Nezih Tavlaş, “Ahlak ve Onurunu Yitiren Türk Basını” *Yeni Türkiye Dergisi* Medya Özel Sayısı (Sayı No: 11, Eylül- Ekim 1996), s. 153.

olaylar dramatikleştirilerek, önemi, vahameti, dramatik ve trajik nitelikleri abartılarak, sıra dışı sözcükler ve alt yazılar kullanılarak halk tarafından ilgi çekiciliğinin artırıldığı bir biçime sokularak verildiğini ifade etmektedir²⁶⁶. Haberler böyle kurulup, halk bu tarz bilgilendirildiğinde ise sonuçta kamuoyunun kanaatleri gerçeğin uzağında, yanlış bilgilere dayalı fikirlerle oluşmaktadır²⁶⁷.

Tüm ülkeyi ilgilendirecek olayların olmadığı veya önemsiz olayların yaşandığı günlerde, haberlere ilgiyi artırmak için haber konuları yaratılmakta ya da üretilmektedir. Örneğin, yerel düzeydeki şiddet ve suça yönelik haberler, dramatik ya da sansasyonel içerikli olaylar, avutucu ya da iç gıcıklayıcı konular, tanınan ya da sevilen kişilerin çok önemli olmayan bir takım olay ya da eylemleri ön plana çıkarılarak, izleyiciler eğlendirilmeye çalışılmaktadır. Televizyon haberleri program yapısı gereği olayları kısa kısa ve sık bir şekilde aktarmakta, derinlemesine inememektedir. Asıl önemli olaylar o ayrıntılarda gizliyse de izleyici bu bilgilere televizyon haberiyle ulaşamamaktadır²⁶⁸.

Televizyon haberlerinin magazinleşmesini izleyici açısından ele alan Bourdieu, akşam haberleri için ekran başına geçen izleyici sayısının, gazete okurlarının tümünden fazla olduğunu ifade ederken, bu yüzden herkese hitap edebilecek türdeşleştirilmiş, birbirine benzer, problem yaratmayacak, kimseyi şaşırtmayacak, basitleştirilmiş bilgilerin haberlerde verildiğini, çıkıntı olabilecek, toplumu bölebilecek, tartışma yaratabilecek bilgilerin verilmediğini ifade etmektedir. Sonuçta ise toplumda siyasal ve kültürel anlamda da bir türdeşleşme ve sıradanlaşmanın yaşandığını, siyasetle ilgilenen kişilerin azaldığını ileri sürmektedir²⁶⁹.

Televizyon haberlerinde yaşanan sansasyonel olanın, gösterisel nitelikte olanın, olağandışının aranması ve haberlerde ağırlık kazanması anlayışı giderek yazılı basına da kendini dayatmış, önceleri sadece belli başlı sansasyon gazetelerine özgü kabul edilen yöntemlere, hem diğer gazeteler hem de rekabet halinde olan televizyonlar giderek daha çok başvurur hale gelmişlerdir. Kısacası sıradan bir merak uyandırabilecek ve hiç bir özgül uzmanlık gerektirmeyecek haberlere daha sık rastlanmakta, toplumsal probleme dönüştürmek için dramatikleştirilmiş ve ders çıkarma üzerine sabitleştirilmiş olaylarla, hiç bir siyasal sonuçları bulunmayan günlük yaşamı öyküye ve dedikoduya indirgeyen

²⁶⁶ Bourdieu, a.g.e., s. 24.

²⁶⁷ Korkmaz, a.g.e., s. 164.

²⁶⁸ Esslin, a.g.e., s. 64.

²⁶⁹ Aynı, s. 50-51.

haberlerle ticari başarı peşinde koşulmaktadır²⁷⁰. Kendi günlük hayatını yaşayan sıradan insanlar, medyanın dikkatini çekmemekte, programlar ve haberler, ekonomide, politikada, magazin dünyasında ve futbolda “önemli adamların” işlerini ya da rezilliklerini konu edinmektedir. “Önemsiz insanlar” da bir gün “önemli adamların işlerine bulaştıklarında ya da ayaklarına dolaştıklarında medyatik hale gelebilmektedir”²⁷¹.

Tecimsel, siyasal hatta kişisel bir “güç” olarak kullanılan televizyondaki haber anlayışının 90’lı yıllarda eğlence ögesinin katılmasıyla “defolu haber” niteliği kazanması, haber sunumu biçiminin farklılaşması, yalnızca izleyici ölçümlerinin göz önünde tutularak magazin ağırlıklı haber üretimi habercilik ve haber etiği kavramlarıyla çatışmaktadır²⁷². Haberler magazinel bir yapıya büründükçe ve eğlence biçiminde sunuldukça, bilgilendirme yerine dezenformasyon denebilecek bir enformasyon türüne girmektedir. Dezenformasyon yanlış bilgilendirme olmayıp, yanıltıcı, ilgisiz, parça parça ve yüzeysel bilgilendirme anlamı taşımaktadır. Bu sayede izleyicide bir şeyler hakkında bilgi sahibi olduğu yanılsaması doğmaktayken, aslında bilgilendenmekten uzaklaşmaktadır.

2. HABERLERE KONU OLAN KİŞİLER AÇISINDAN ORTAYA ÇIKAN ETİK SORUNLAR

2.1. Özel Yaşama ve Kişilik Haklarına Müdahale

Kişilik hakları doğuştan kazanılmış haklar olarak anayasal düzenlemelerle korunma altına alınmış, “herkesin özel hayatına ve aile hayatına saygı gösterilmesini isteme hakkına” sahip olduğu belirtilmiş, konut dokunulmazlığı da bu haklar çerçevesine dahil edilmiştir. Kişi hak ve özgürlüklerinin korunmasını düzenleyen uluslararası hukuk kuralları, 1948 yılında yayınlanan İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi'nin 12. maddesi ve Avrupa İnsan Haklarını ve Temel Özgürlükleri Koruma Sözleşmesi'nin 8. maddesi ile belirtilmiştir. Bu yasal düzenlemelerin amacı kişi

²⁷⁰ Aynı, s. 54-57.

²⁷¹ Sedat Aybar-İrfan Taştanur, “Medyanın ve Kapitalizmin Etiği”, <http://www.dorduncukuvvetmedya.com>. 18.01.2003.

²⁷² Seher Er, Rengin Küçükdoğan ve Nilüfer Sarı, “Gençlik ve Kitle İletişim Araçlarında Etik” 1. İletişim Kongresi Bildiriler Kitapçığı (İstanbul: 1-3 Mart 2000), s. 313.

saygınlığını, onurunu ve varlığını korumaktır. Bu hakların çiğnenmesi durumunda kişiler hukuki yollara başvurma hakkına sahip olmaktadır²⁷³.

Demokratik rejimlerde devlet güvenliği dışında, kişilerin günlük yaşamla ilgili her konuda bilgi edinmeleri, yorum, inceleme ve eleştirilerde bulunmaları haber ve bilgi alma hakları olarak kabul edilmiştir. Medya kamu hizmeti çerçevesinde haber verme işlevini yerine getirirken, kişilerin bilme hakkına hizmet etmiş olmaktadır. Ancak medyanın bu konuda, verilen haberin doğru olması, kamu yararı ve toplumsal ilgi taşınması, güncel olması gibi bir takım sınırlamalara uyması gerekmektedir. Kişilik haklarına ve özel yaşama müdahalesi de bu sınırlılıklar dahilinde gerçekleştiğinde kabul edilir olmaktadır²⁷⁴.

Haberlere konu olabilecek kişileri sıkıntıya sokacak, rahatsız edecek, kişilik haklarına ve özel yaşamına müdahale edecek davranışlarda bulunmak, haberi toplarken ya da haberin yayınlanma aşamasında ortaya çıkmaktadır. Bir çok ülkenin etik kodlarında, gazetecilerden kişilerin özel yaşamına girilmemesini isteyen açık ifadeler bulunmaktadır. Bu ilkeler, halkın tepkisini çeken özel yaşama tecavüz olayları sonucu ortaya çıkan hükümlerdir.

Avrupa Konseyi Parlamenterler Meclisi tarafından kabul edilen basın meslek ilkelerinin 23. maddesinde kişilerin özel hayatlarını saklı tutma hakkına saygı gösterilmesi gerektiği ifade edilirken, devletle ilgili işlerde çalışanların, devlet işlerini etkilemediği sürece özel hayatlarını gizli tutma hakları olduğunun da altı çizilmiştir. Diğer bir deyişle kamuya mal olmuş kişilerin bile özel yaşam hakkından söz edilmektedir. Kişilerin ünlü ya da sıradan insanlar olması ayrımı gözetilmeksizin, habere konu olan olayda kamu yararı olup olmadığına bakılması birincil derecede önem taşımaktadır²⁷⁵.

Bu düzenlemelere rağmen medya etiğinin en çok tartışılan konularının başında, kişilerin özel yaşam alanlarına müdahale gelmektedir. Gazeteciler çoğu zaman kamunun bilme hakkı adına kişilerin özel yaşamlarının gizliliği ilkesini ihlal etmektedirler. Kamu yararı ise, “kişisel yararın olmaması, üçüncü kişilerin korunması

²⁷³ Uyguç, a.g.e., s. 224.

²⁷⁴ Aynı, s. 225.

²⁷⁵ İrvan, **Medya Etiği**.

ya da zarar görmesi amacına yönelik olmaması ve politik amaca hizmet etmemesi” şeklinde açıklanabilir.

İrvan, özel hayatın gizliliği ve korunmasının tüm bireyleri kapsadığını vurguladığı yazısında “Özel hayatın mahremiyeti kavramının sadece sanatçılar, burjuvalar ve seçkinleri kapsamadığı, mesela adliye koridorlarında adaletten medet uman sıradan insanların, kamera şakasına uğratılan talihsizlerin, gizli kamera terörüne kurban giden zanlıların da özel hayat mahremiyetine sahip olduğu kabul edilebilir”²⁷⁶ demektedir. İngiltere’de özel yaşama ilişkin olarak bireyin izni olmaksızın özel yaşama dil uzatmak, soru sormak, özel mekanlarını uzaktan görüntülemek meslek etiğine aykırı kabul edilmiştir²⁷⁷.

Türkiye’de de İngiltere’deki Üst Kurul benzeri “Bağımsız Televizyon Komisyonu” medya kuruluşlarının kişi hak ve özgürlüklerini zedeleyici yayın yapmalarını engellemek için yeni kararlar almak zorunda kalmışlardır. Bu kararlara göre;

“Hiçbir televizyon habercisi, önceden izin almadan, kimsenin özel mülkiyetindeki alanlara girip, sorular soramayacak, kamera ile röportaj yapamayacak, eğer bir televizyon habercisi, bir kişiye suçlamalar yöneltecek ve onu cezai sorumluluklara itecek sorular soracaksa, bunların içeriğini daha önce sorulacak kişiye bildirmek zorunda olacaktır”²⁷⁸.

Burada sözü edilen özel alan bireysel, kapalı, görünmez ve yasak bölgeyi ifade ederken, karşıtı kamusal alan olup, ortak kullanıma açık, herkesin rahatlıkla girebildiği, görülebilir, devlete ait alandır. Kimi zaman ise hastaneleri örnek verebileceğimiz gibi kamusal alanlar özel alana dönüşebilmektedir²⁷⁹.

1997 yılında Lady Diana ve sevgilisi paparazzilerden kurtulmak için kaçarken kaza geçirerek ölmeleri üzerine, İngiltere Basın Şikayetleri Komisyonu, özel yaşam alanını genişleten kararlar almışlardır. Bu kararlara göre;

- 1.İsrarlı takip sonucu elde edilen görüntü ve fotoğraflar yayınlanmamalıdır.
- 2.Editörler, serbest çalışan gazeteci ve fotoğrafçılardan gelen malzemenin hangi yollardan elde edildiğini öğrenmek zorundadırlar.
- 3.Medyatik bir olay meydana geldiğinde gazeteciler olay yerinde kamu çıkarının gerektirdiğinden fazla kalmamalıdırlar.

²⁷⁶ Ahmet Turan Alkan, *Aktüel Dergisi* (11 Eylül 1997).

²⁷⁷ İrvan, *Medya ve Etiki*.

²⁷⁸ Uyguç, *a.g.e.*, s. 227.

²⁷⁹ John Durham Peters, Kenneth Cmiel, “Medya Etiği ve Kamusal Alan” *Medya, Kültür, Siyaset* (Der: Süleyman İrvan, Ankara: Ark Yayınları, 1997), s. 260.

- 4.Genç insanlar, medyanın saldırısına maruz kalmadan eğitimlerini rahatlıkla yapabilmelidirler.
- 5.Rüştünü ispat etmemiş kişilerin hikayelerine medya tarafından para ödenmemelidir.
- 6.Bir çocuğun özel yaşamı ile ilgili bir haber yayımlanabilir, ancak bunun somut bir nedeni olmalıdır. Eğer tek neden, çocuğun anne ya da babasının ünlü bir kişi olmasıysa, haber yayımlanmamalıdır.
- 7.Kişilerin özel alanlarına tecavüz edilemez.
- 8.Üzüntü anlarında kişilerle ilgili yazılacak haberlerin incelikle kaleme alınması gerekir²⁸⁰.

ABD Profesyonel Gazeteciler Derneği'nin kabul ettiği meslek ahlak yasasında “Gazeteciler, haber toplama ve sunma sürecinde haberde adı geçen insanların haysiyetine, özel hayatlarının gizliliğine, haklarına ve esenliğine her zaman saygı göstereceklerdir” denilmektedir. Belirtilen ilkeler daha çok soyut ilkeler olup, her şey gazetecinin iyi niyetine bırakılmaktadır. Gazeteci özel yaşama müdahalenin söz konusu olduğu durumlarda, kendine, bu gizli ve kişisel bilgileri hangi amaç doğrultusunda aradığını, bu amacın önemli ve haklı gösterilebilir bir amaç olup olmadığını, bu bilgiyi elde etmenin tek yolunun özel yaşama müdahale etmek olup olmadığını sormak zorundadır²⁸¹.

Avrupa ülkeleri arasında imzalanan ve Türkiye'nin de 1994 yılında imzaladığı Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesi'nin “insan onuruna ve temel insan haklarına saygılı olunması”nı isteyen 7. maddesi tüm yayıncıların uyması ve her habercinin dikkate alması gereken bir madde niteliğindedir²⁸².

Kimi zaman gazeteciler, haber için bilgi toplarken zaman zaman kendilerini gizleyerek, farklı kimliklerde tanıtarak, karşılarındaki kişileri aldatarak özel hayatına ilişkin bilgiler edinebilmekte, bu yolla da özel hayata müdahale edebilmektedirler. Gazetecilerin kendilerini ve çalıştıkları yayın kuruluşunu, görüştükları kişilere önceden bildirmeleri gerekmektedir. Habere konu olan kişi, konuşmak istemediği halde ısrar ediliyorsa ve kendisi, evi, yakınları istekleri dışında görüntüleniyorsa, burada da kişilik haklarına saldırı söz konusudur²⁸³.

²⁸⁰ İrvan, **Medya ve Etik**.

²⁸¹ **Aynı**.

²⁸² Uyguç, **a.g.e.**, s. 230 ve Kapan, **a.g.e.**, s. 137.

²⁸³ Nigel G.E. Harris, “Gazeteciler İçin Davranış Kodları” **Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar**. Derleyen: Andrew Belsey ve Ruth Chadwick (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1998), s. 97.

2.2. Eleştiri Sınırlarının Aşılması

Etik kodlar içinde yer alan bir çok ilke, habere konu olan kişilere nasıl davranılması gerektiğine ilişkin maddelerdir. Medyanın en çok eleştiri ve şikayet aldığı konulardan biri de haberlerde kişilerin eleştiri sınırları ötesinde küçük düşürüldüğü, aşağılayıcı ifadelerle maruz kaldığıdır. Haksız suçlamalara maruz kalan kişiler cevap ve düzeltme hakkından yararlanmak için hukuksal yollara başvurabilmekte ancak, uğradığı zararları telafi etmek mümkün olamamaktadır. Bu nedenle eleştiri sınırlarının aşılması, kişilerin haberden zarar görmelerinin önüne geçmek için haberin yapıldığı aşamada dikkatli olunması büyük önem taşımaktadır.

ABD Profesyonel Gazeteciler Derneği bu konuda, “Haber medyası, suçlanana cevap hakkı vermeksizin, kişinin onurunu ya da ahlaki karakterini hedef alan dayanaksız suçlamalara yer vermemelidir” ilkesini getirirken, TGC Hak ve Sorumluluk Bildirgesi’nde “Yargı kararı kesinleşmedikçe, bir sanık suçlu ilan edilmemelidir. Haberlerde ve yorumlarda suçluymuş gibi değerlendirmeler yapılmamalıdır” maddesiyle, haberlerde yer alan kişilere ilişkin suçlamaları aktarırken, yerine getirilmesi gereken etik yükümlülükleri belirtmektedirler²⁸⁴. Ayrıca yayınlarla ilgili olarak 2954 sayılı yasa “kişilerin özel hayatlarına, şeref ve haysiyetlerine saygılı olmak ve dürüstlük anlayışına bağlı kalmak” ve 3984 sayılı yasa “kişi ya da kuruluşları eleştiri sınırları ötesinde küçük düşürücü, aşağılayıcı veya iftira niteliği taşıyan yayın yasaklarına” uygun yayın yapılması gibi düzenleyici yasalar da mevcuttur²⁸⁵. Kitle iletişim araçlarından yayınlar yoluyla bu haklar ihlal edildiğinde, yine anayasal bir hak olan “düzeltme ve cevap hakkı” devreye girmektedir.

Medyadan etik olarak beklenen yükümlülüklerin başında, suçlanan kişiye mutlaka ulaşmak ve cevap hakkını kullanmasını sağlamak gelmektedir. Bir başka yükümlülük de, gazetecilerin kişilere ilişkin suçlamaların doğruluğunu araştırmasıdır²⁸⁶. Medya kuruluşlarının kişilik haklarını ciddi anlamda ihlal edici yayınlar yaptıkları, eleştiri sınırlarını aştıkları, televizyonlarda görev yapan spiker, yorumcu, haber yapımcısı, muhabir vs. kişilerin ahlaki ilke ve standartlara saygı duymaksızın görev yaptıkları görülmektedir. Basın Konseyine bu konuda pek çok başvuru yapılmıştır. Basın

²⁸⁴ İrvan, 2003, a.g.e., s. 68-69.

²⁸⁵ Aynı, s. 226.

²⁸⁶ Aktan, a.g.e., s. 53.

Konseyi'nin 6. maddesinde “soruşturulması gazetecilik olanakları içinde olan haberler, soruşturulmaksızın veya doğruluğuna emin olunmaksızın yayımlanamaz” ifadesi, gazetecilere yol gösterici niteliktedir. Çoğu zaman eleştiri ve iftira birbirine çok yakın konular haline gelmektedir. Eleştirilen, suçlanan kişiye cevap hakkı verilmediğinde, kişi doğrudan suçlu gibi algılanmaktadır. Eğer gazeteci o kişiye cevap hakkı vermek için elinden geleni yapmazsa, etik dışı davranmış olacaktır. Çünkü çoğu kez mağdur kişiler televizyonun gücü karşısında kendini savunacak, koruyacak yollar bulamamaktadır²⁸⁷.

Tecavüz kurbanlarının kimliklerini vermek, suçluların masum olan yakınlarının isimlerini vermek yasal olarak kabul edildiği halde, bu kişilerin toplumdaki saygınlıklarının zarar göreceği düşünülerek, etik açıdan istenmeyen bir durumdur. Ayrıca habere konu olan kişinin ırkı, rengi, dini, dili, cinsiyeti veya cinsel tercihleri haberle doğrudan ilgili olmadığı halde yer alıyorsa, “yayınlarda hiç kimse ırkı, cinsiyeti, sosyal düzeni ve dini inançları nedeniyle kınanamaz ve aşağılanamaz” ilkesinden yola çıkılarak, haberde ayrımcılık yapıldığı sonucunu doğurduğu için onaylanmayan durumlar olarak kabul edilmektedir²⁸⁸.

Gazeteciler, belirtilen yasalar ve mesleki etik ilkeler çerçevesinde haberlerini yaparken, kişilere zarar vermemeyi, onları küçük düşürmemeyi ve haksız yere suçlamamayı başarabilmek için, kendilerini habere konu olan insanların yerine koyarak düşünmelidir. Medyanın sahip olduğu güç karşısında savunmasız ve güçsüz kalan insanların, herhangi bir haksızlığa uğradığında, kendisini temize çıkarmasının ne kadar güç olacağını unutmuyarak, bu gibi durumlara yol açmamak için çaba sarf etmelidirler.

2.3. Haber Kaynaklarıyla İlişkiler

Gazeteciler, haberlerini toplarken ya da oluştururken, bir takım kaynaklardan ve kişilerden yararlanmaktadırlar. Haberi ya ilk elden ya da ilk elden alamadıkları durumlarda kaynak kullanarak ikinci elden almaktadırlar. Olay yerinde hazır bulunamadıklarında görgü tanığı olan insanlarla konuşmak, olaya karışan insanlarla veya yakınlarıyla konuşmak ya da polis, doktor gibi yetkili kişilerden bilgi almak gibi yöntemler kullanmaktadırlar. Bu kaynakları açıklamak sorun oluşturmadığı gibi kimi

²⁸⁷ İrvan, *Medya Etiği*.

²⁸⁸ Harris, a.g.e., 98.

zaman da kendilerine haber sızdıran açıklamamaları gereken kaynaklara başvurumaktadırlar²⁸⁹.

Pek çok etik koda gazetecilerin bilgi aldıkları haber kaynaklarıyla ilişkilerini nasıl yürütmesi gerektiği açıkça belirtilmiştir. Bu ilkeler özünde gazetecilerin haber kaynaklarıyla temaslarını ve mesafelerini çizmektedir. Bu konuda, ABD Profesyonel Gazeteciler Derneği İlkeleri şu maddelere yer vermektedir:

“Gazeteciler, tüm kaynaklardan elde edilen bilgilerin doğruluğunu araştırmalı ve dikkatsizlikten kaynaklanan hatalardan kaçınmak için çaba göstermelidirler. Bilinçli çarpıtmalara asla izin verilemez.

Gazeteciler kaynakları mümkün olduğunca belirtmelidirler. Kamuoyu, kaynakların güvenilirliği konusunda bilgi edinme hakkına sahiptir.

Gazeteciler, kaynağı gizleme sözü vermeden önce kaynağın gerçek niyetini daima sorgulamalıdır. Bilgi karşılığında yapılan vaatlere ilişkin koşulları açıklığa kavuşturmalıdır. Verdikleri sözlere sadık kalmalıdır²⁹⁰.

İlkelerde gazetecilerin haber elde ettikleri kişilere verdikleri sözleri tutmaları ve kaynakların güvenilir kaynaklar olması üzerinde durulmaktadır.

Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi'nin haber kaynakları ile ilgili olarak aldığı tavsiye niteliğindeki kararlar, daha çok haber kaynaklarının açıklanmamasına ve korunmasına yönelik kararlar olmaktadır. Bu konuyu öne çıkarmalarının nedeni, gazetecilerin haber kaynaklarını açıklamak ya da açıklamamak konusunda zaman zaman karşılaştıkları hukuki sorunlardır. Komite'nin aldığı kararda “Gazetecilerin haber kaynaklarını korumaları, gazetecilerin olduğu kadar medyanın da özgürce çalışabilmesinin en önemli şartlarından biridir” ifadesiyle haber kaynaklarının korunmasının önemi vurgulanmıştır. Komite, haber kaynağına ilişkin korunması gereken unsurları “bir kaynağın adı, kişisel verileri, sesi veya görüntüsü, bir gazetecinin bir kaynaktan aldığı haberin nasıl elde edildiğiyle ilgili ayrıntılı bilgiler, bir kaynak tarafından gazeteciye verilmiş olan haberin yayınlanmamış kısmı, gazetecilerin kişisel verileri ve mesleki faaliyetlerindeki işverenleriyle ilgili bilgiler” olarak anlaşılması gerektiğini belirtmiştir²⁹¹.

²⁸⁹ Oya Tokgöz, *Temel Gazetecilik*, 3. Baskı (Ankara: İmge Kitabevi, 1994), s. 151-157.

²⁹⁰ ABD Profesyonel Gazeteciler Derneği Etik İlkeleri, *a.g.e.*, s. 98-99.

²⁹¹ Fikret İlkiz, “Gazetecinin Haber Kaynağını Açıklamama Hakkı”, *Medya Etik ve Hukuk*, Derleyen: Sevda Alankuş (İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları:5, 2003), s. 165-167.

Kimi kaynaklar sadece kimliklerinin gizli kalması koşuluyla konuşmaya razı olduğu için haber kaynaklarının gizli kalması ya da saklanması konusu önem kazanan bir konu olmaktadır. Kimliklerinin açıklanmaması şartıyla verdikleri bilgiler, çok önemli olayları açığa çıkarabilecek bilgiler olabilmektedir. Kimlikleri ortaya çıktığında ise, işlerinden olabilecekler ya da hayatları ciddi anlamda tehlikeye girebilecektir. Verecekleri bilgiler kamu yararı için çok önemli bilgiler olabilir. Bu yüzden gazeteciler haber kaynaklarına kimliklerinin gizli kalacağı sözünü verdiklerinde, bu sözü yerine getirmek zorundadırlar. Gazetecilerin de kaynaklarına güven vererek, bilgi alma yolunu açık tutmaları açısından, kaynaklarını açıklamayarak korumaları menfaatlerine olmaktadır²⁹².

Gazetecilerin kaynaklarıyla olan ilişkilerindeki sınırı iyi koymaları ve korumaları da önemli bir başka konudur. Haber kaynakları ile çok yakın ilişkilere giren gazeteciler, haber kaynağının sadece kendisine bilgi vermesi, ayrıcalıklı bir yere koyması nedeniyle, zamanla haber kaynağına bağımlı hale gelerek, kaynağına karşı bir takım tavizler vermek zorunda kalabilmektedirler. Bu tür ilişkiler ve bağlantılar, zaman zaman kurumsal dayatmalar olarak kendisini göstermekte ve gazeteciyi istese bile kaçamayacağı bir alana sokmaktadır²⁹³.

Haber kaynaklarını açıklamama hakkında da sınırlamalar mevcuttur. Eğer haberdeki kaynağın açıklanmasının getireceği yarar, haberin kaynağının açıklanmamasının doğurduğu kamu yararının önüne geçiyorsa, ondan daha üstünse ve koşullar yeterince hayati ve ciddi bir karakter sergiliyorsa, yetkili makamlar, kaynağın açıklanması yolunda kara alabilmektedir. Bu karar alınmadan önce tüm alternatifler denenmiş ve son çözüm yolunun kaynağın açıklanması olduğuna kanaat getirilmiş olmalıdır²⁹⁴.

Gazetecilerin haber kaynaklarından aldıkları bilgileri, mutlaka başka kaynaklara da doğrulatmaları ve kaynakların bu verdikleri bilgilerden kişisel çıkarlar elde etmediklerinden emin olmaları gerekmektedir. Kaynağıyla çok yakın ilişkilere giren gazetecilerin, bir takım tavizler vermesi kaçınılmaz olmaktadır. Gazeteci haber kaynaklarıyla arasındaki mesafeyi korumayı bilmek zorundadır.

²⁹² Harris, a.g.e., s. 96.

²⁹³ Çaplı, a.g.e., s. 90.

²⁹⁴ İlkiz, a.g.e., s. 170.

3. HABER KONULARINA GÖRE ETİK SORUNLAR

3.1. Terör Haberleri

Etik ilkeler, gazetecilerin sarsıcı durumlarda sorumlu hareket etmelerinin gerekliliğine dikkat çekmektedir. Televizyonun terör eylemlerindeki tutumu, kamuoyunun nasıl etkileneceğini belirlemesi açısından önemlidir. Günümüzde terörist eylemlerin asıl hedefinin eylemler sonucu ölen ya da yaralanan kişiler değil, televizyonu izleyen geniş kitleler olduğu ileri sürülmektedir. Kuşkusuz terör eylemleri haber değeri yüksek olaylardır. Beklenmedik bir anda gerçekleşme, yoğun duygulara neden olma, olumsuz düşüncelere yol açma ve belirsizlik taşıma gibi çarpıcı, sansasyonel bir haberde bulunması beklenen tüm özellikler terör eylemlerinde mevcuttur. Televizyon habercileri kamuoyunu bilgilendirme görevi gereği terör eylemlerini haber yaparken, olaya etik açıdan bakmayı da unutmamalıdır²⁹⁵.

Terör olaylarında televizyon habercilerinin işi toplumu tahrik etmek, toplumun duyarlılıklarını kullanarak verilmemesi gereken bir takım görüntülerle onları harekete geçirmeye çalışmak değil, sadece haber vermektir²⁹⁶. Terörist bir saldırı sonucu ya da yaşanan bir felaket sonrası ekranlardan yansıyan kan, şiddet ve ceset görüntüleri, toplum üzerinde ve özellikle çocuklar üzerinde ruh sağlığını etkileyecek olumsuz etkiler bırakabilmektedir. Terörist eylemlerin amaçlarından biri insanların temel güven anlayışlarının yok edilip, çok iyi korunduğunu düşünen herkesin bu saldırıların hedefi olabileceğini düşündürerek, toplumu çaresiz hissettirmektir. Bu doğrultudan hareketle, bir çok eylemin çok kişinin ekran başında olduğu ana haber bültenlerine yetişecek saatlerde planlandığı ileri sürülmektedir²⁹⁷.

Esslin'e göre televizyondan ve dolayısıyla haberlerden azami heyecan ve yoğun duygular bekleyen izleyicilere, heyecan dozu yüksek olan şiddet içeren görüntülerin dozunun artırılarak verilmesi ve haber editörlerinin sürekli güçlü görsel ve dramatik unsura sahip hikayelerin peşinde olmaları nedeniyle, şiddet hangi haber programında

²⁹⁵ Süleyman İrvan , “Terör ve Medyanın Sorumluluğu”, **Radyo Televizyon Aylık Haber Yayın Dergisi**, Sayı No: 149 (Ekim 2001), s. 6.

²⁹⁶ Nuri Çolakoğlu, “Terör ve Medyanın Sorumluluğu”, **Radyo Televizyon Aylık Haber Yayın Dergisi**, Sayı No: 149 (Ekim 2001), s. 11.

²⁹⁷ M. Sezai Berber, “Terör ve Medyanın Sorumluluğu”, **Radyo Televizyon Aylık Haber Yayın Dergisi**, Sayı No: 149 (Ekim 2001), s. 12.

olursa olsun merkezi bir yere koyulmaktadır. Terörizm, bombalamalar, suikastler, adam kaçırmalar, rehine almalarındaki artışın televizyonun içeriğiyle ve onun dünyadaki birincil bilgi kaynağı konumuna yükselmesiyle yakından ve organik bağlantısı vardır. Drama, merakın şiddeti ve gelişen olayların haber potansiyeli bu eylemlerin faillerine, hele hele final saldırı veya rehine takası anının yayına yetiştiği, her şeyin yerli yerinde olduğu ve televizyon ekranında eksiksiz ve dakikası dakikasına gösterilebileceği zamanlarda, kendilerini geniş kitlelere duyurmak için neredeyse ideal bir zemin oluşturmaktadır. Haber programlarının heyecan verici kurmaca programlarla baş edebilmesine yarayan heyecanı ve şiddeti getiren teröristlerin bilfiil televizyon için çalıştıkları söylenebilir²⁹⁸.

Terör olaylarının medyadan verilmesine hükümetler de bir takım sınırlamalar getirebilmektedir. Terörist kişi ya da grupların yaptığı açıklamalar, terör gruplarına karşı yapılan eylem ve operasyonlar, terör gruplarını destekleyen gösteriler vs. ulusal çıkarlar öne sürülerek yayınlanması yasaklanabilmektedir. Bu yasaklamalar kimi zaman halkın bilme hakkı engellendiği gerekçesiyle sansür olarak kabul edilip tepki görmekte, kimi zamanda örneğin bir terör operasyonundan haberdar edilmediği için bazı vatandaşların çapraz ateş altında kalması ya da bomba ihbarının gizli tutulması sonucu tedbirini alamayan vatandaşların ölmesi gibi sonuçlara yol açabilmektedir. Burada uygulanan gizliliğin ulusal çıkardan çok, zaaflarının ortaya çıkmasını engellediği için hükümetlerin çıkarlarına hizmet ettiği yolunda eleştiriler de yapılmaktadır. Ulusal çıkarlar uğruna bazı gerçeklerin örtbas edildiği, gerçekler yerine ya taraflı ya da eksik haber verildiği ileri sürülmektedir²⁹⁹.

Televizyon ve diğer haber araçlarının teröristlerin eylemlerini hepten görmezden gelmeleri ve onları hiç bildirmemeleri gerektiği yolunda görüşler de ileri sürülmüştür. Ancak bu olayları görmezden gelmek, gerçekten meydana gelmiş bir olayı haber yapmamak mümkün değildir. Önemli olan terör eyleminin ne şekilde haber yapılacağıdır. Örneğin Amerika'da meydana gelen 11 Eylül gibi büyük bir terörist saldırı sonucunda Amerikan televizyonlarının, ne ceset ne de kanlı bir görüntü yayınlamamış olması, kimilerine göre etik ilkeler çerçevesinde meslek sorumluluğu ve

²⁹⁸ Esslin, a.g.e., s. 60.

²⁹⁹ Paul Gilbert, "Yayıncılığın Oksijeni: Terörizm ve Habercilikte Sınırlandırmalar", **Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar**. Derleyen: Andrew Belsey ve Ruth Chadwick. Çeviren: Nurçay Türkoğlu (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1998), s. 169-175.

bilinciyle hareket edilmesiyken, kimilerine göreyse Amerika, diğer ülkelerde meydana gelen terör, doğal afet gibi kötü olayları yansıtarken aynı duyarlılığı göstermediği için samimiyetten uzak davrandığı şeklinde değerlendirilmiştir. Yine bu olaylar göstermiştir ki terörist eylemlerde medya da hesaba katılmış, hatta canlı yayında eylemler gerçekleştirilerek etkisi artırılmak istenmiştir.

Alemdar, Amerikan televizyonlarının hiç ceset ya da kanlı görüntü vermemesinin asıl nedeninin, kamuoyunu paniğe sevk etmemek olduğunu ifade etmiştir. Alemdar'a göre, medya hükümeti karşısına almamak için sorumlu davranmak zorunda kalmıştır. Çünkü hükümet karşı karşıya olunan durumun savaş hali olduğunu belirtmiştir. Savaşta ise kitle iletişim araçlarına sansür uygulanması durumu ortaya çıkabilecektir. Bu sansürü bertaraf etmek için, televizyonlar oto sansür yolunu seçmiş, bu arada intikamcı senaryolar yayınlamak dışında, olaylar konusunda halkı yeterince bilgilendirememiştir³⁰⁰.

Terör eylemlerinde Amerikan televizyonlarının tutumuna ilişkin bir eleştiri de, olaylardan sonra yapılan yayınlarda kasıtlı olmasa da İslam düşmanlığının pompalandığı ve neredeyse tüm İslam ülkelerinin terörle iç içeymiş gibi gösterildiği, bunların sonucu olarak Müslümanlara yönelik saldırı ve linç girişimlerinin yaşandığı, Filistin'deki sevinç gösterilerinin sık sık ekranlara getirilerek kin ve düşmanlığın tahrik edildiği yolundadır³⁰¹.

Medyanın kullanılması konusunda bir başka bakış açısına göre, medya da bu kullanılmaya çanak tutarak şiddetin özendirilmesi ve yayılmasına katkıda bulunmuştur. Örneğin, saldırıların üçüncü gününde yapılan bir yayında en uzak hatta giden uçakta benzin deposunun dolu olması, çarpmada bomba etkisi yapması gibi bilgiler verilerek adeta yol gösterici nitelikte yayın yapılmıştır³⁰².

Terör olaylarında medyaya düşen görev ve sorumluluklarla ilgili bir açıklama yapan Basın Konseyi bir deklarasyon yayınlamışlardır. Deklarasyonda azami duyarlılık ve çaba gösterilmesi kabul edilen konular şöyle sıralanmıştır; "Terör örgütlerinin yaptıkları eyleme ilişkin propaganda niteliği taşıyacak açıklamalarını yayınlamamak, biliniyorsa örgütün adını

³⁰⁰ Korkmaz Alemdar, , "Terör ve Medyanın Sorumluluğu", **Radyo Televizyon Aylık Haber Yayın Dergisi**, Sayı No: 149 (Ekim 2001), s. 5.

³⁰¹ Nuri Kayış, , "Terör ve Medyanın Sorumluluğu", **Radyo Televizyon Aylık Haber Yayın Dergisi**, Sayı No: 149 (Ekim 2001), s. 10.

³⁰² Berber, **a.g.e.**, s. 12.

vermek, daha sonra da o örgütün amacı, niteliği, tarihçesi hakkında gerekli asgari boyutta bilgiyi kullanmak, teröristler hakkında 'gerilla, militan' gibi yüceltici sıfatlar kullanmaktan kaçınmak, özellikle toplumsal boyutları önem taşıyan olaylarda can kaybı ve benzeri konularda haberin kaynağı konusunda kamuoyuna mümkün olduğunca açık bilgi vermek, kamuoyunda travmatik etki yaratabilecek, kamu vicdanını ve şiddet kurbanlarını ve yakınlarını rencide edecek görüntü, fotoğraf ya da şiddetin sonucunu gösteren, ama haber değeri taşıdığı için yayımlanması öngörülen görüntüler söz konusuysa, televizyonlarda yayın akışının fırsat verdiği ilk anda izleyiciyi özellikle çocuk ve ergenler düşünülerek uyararak"³⁰³.

Kısacası, terör eylemlerinin haber yapılmasında medyanın son derece hassas ve dikkatli davranması gerekmektedir. Haberlerde ne terörist grupların hedefi olan halkın korkutulması ve paniğe sevk edilmesine hizmet edilmeli, ne de hükümet sözcüsü gibi davranarak terör eylemlerine sansür uygulanmalıdır. Yapılması gereken soğukkanlı ve profesyonel bir tutumla olayların halka aktarılması ve aşırı kan, göz yaşı, ceset gibi görüntülerden sakınılarak, olayın gerçek boyutlarının verilebilmesidir.

3.2. Savaş Haberleri

1990 yılında yaşanan Körfez Krizi sırasında televizyon haberlerinin savaşı naklen aktarması, özellikle CNN televizyonunun bölgede yaptığı yayınlarla bir anda tüm dünya tarafından tanınır hale gelmesi, savaşan liderlerin aralarındaki haberleşmeyi bile televizyon aracılığıyla sağlamaları³⁰⁴, televizyon haberciliğinde savaşın ne şekilde ele alınması gerektiği konusunu ve savaş haberlerinde haber çalışanlarının uyması gereken etik kuralları gündeme getirmiştir.

Savaş dönemlerinde habercilerin karşılaştığı bir dizi etik sorun ortaya çıkmaktadır. Haberlerin gerçekliği ve nesnelliği son derece tartışılır hale gelmektedir. Dünya Savaşları sırasında gazetelerde yaşanan yanlı ve yalan haberin kabul edilirliliği sorunu, televizyon haberlerinde de baş göstermiştir. Televizyon haberciliği, Vietnam'da verdiği ilk sınavında kimilerine göre nesnel davranmayı becerebilmiş ve başarılı olmuştur, ancak ABD'nin savaşı kaybetmesine yol açmıştır. Falkland çatışmasında, BBC gibi bağımsız bir televizyon kuruluşu bile sansüre uğramış, kara ve deniz kuvvetleri BBC'nin çektiği tüm görüntüleri yayından önceden izleyerek, görüntülere ve kullanılan dile sansür uygulamıştır. Körfez Savaşı sırasında da bilgilerin tek elden

³⁰³ Radikal Gazetesi, 30 Kasım 2003.

³⁰⁴ Çaplı, a.g.e., s. 72.

verilmesiyle yürütülen habercilikte, benzer bir sansürden söz edilmektedir. Ancak asıl önemli olan sansür, habercilerin kendi ülkeleri çıkarına uyguladıkları otosansürdür³⁰⁵.

Haberciler savaş dönemlerinde, gerçeği tam olarak vermekle, ülkesinin çıkarlarını gözetmek zorunda kalmak gibi ikilemler yaşayabilmektedirler. Gerçeği vermenin ülke halkı üzerinde yaratacağı moral çöküntüsüyle belki savaşı kaybetme gibi bir sonuca ulaşılabilir. Gerçekleri vermediği zaman ise halkı aldatmış, birincil görevi olan haber verme görevini yerine getirmemiş olacaktır. Kimi haberciler savaş dönemlerinde gerçeği vermektan daha önemli şeyler olduğunu, savaşa ve ülkesine hizmet etmesi gerektiğini düşünürken, kimileri ise savaşta da barışta da dürüst ve açık habercilikle halkın haber alma hakkına hizmet edilmesi gerektiğini ve gerçekleri öğrenen halkın kendi kararlarını kendilerinin verebileceğini savunmaktadır. Ayrıca savaş dönemlerinde gerçeklerin anlatılmasının önünde dikilen pek çok engel de bulunmaktadır. Demokratik toplumlarda bile savaş söz konusu olduğunda medyaya sansür uygulanabileceği kabul edilmektedir. Haberciler de sansür edilebileceklerini düşündükleri için ya da ulusal çıkarlara uygun buldukları için kendi kendilerine sansür uygulayabilmektedirler³⁰⁶.

Habercilerin, savaş sırasında buldukları askeri birliklerle yakınlaşmaları da gerçeği aktarmalarında tarafsız olamamaları sonucunu doğurmaktadır. Haberci, bir süre sonra kendisini içinde bulunduğu birliğin bir üyesi gibi algılamaya başlamaktadır. Körfez Savaşı sırasında gazetecilerin askeri birliklerin içine yerleştirilmesinin temelinde bu gerçek yatmaktadır³⁰⁷.

Williams, özellikle, kamuoyunun uzağında yaşanan bir savaşı, yaşamadığı için sadece televizyondan aktarılanlardan öğrenebildiği durumlarda, habercilerin savaşı haklı göstermek ve kazanmak için kullanıldığını, kamuoyunun aldatıldığını şu sözlerle ifade etmektedir:

“Ulusal topluluk tehdit altında olmadığı zaman savaşı kazanmak, toplumun bazı kesimlerini diğerlerinden daha çok ilgilendirir. Emperyalist bir macera söz konusuysa, elde edilen toprak ancak bazı insanlara kazanç getirecektir. Küresel stratejik kararlarla yola çıkan yeni-kolonici bir teşebbüs ise sıradan vatandaşları ilgilendiren bir vazife değildir. Bu gibi durumlarda savaşlar ve bu savaşları kazanma amacı, halka ‘satılması’ gereken şeylerdir. Bu genellikle, halkın savaşı desteklemeye devam etmesini sağlamak için gerçeklerin manipüle edilmesini içerir”³⁰⁸.

³⁰⁵ Şeker, a.g.e., s. 106-107.

³⁰⁶ Kevin Williams, “Gerçeklerden Daha Önemli Bir Şeyler: Savaş Haberciliğinde Etik Sorunlar”, **Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar**, Der: Andrew Belsey ve Ruth Chadwick, Çev: Nurçay Türkoğlu (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1998), s. 188-200.

³⁰⁷ Aynı, s. 196-197.

³⁰⁸ Aynı, s. 192.

Medyada 11 Eylül sonrası dönemde, savaşı destekleyen, haklı gösteren, sebeplerini ve olası sonuçlarını eleştirmeyen tutumun sergilenmesi, Williams'ı haklı çıkarmaktadır. Körfez Savaşı sırasındaki Amerikan teknolojisini yücelten görüntüler, arşiv görüntüsü olduğu belirtilme gereği bile duyulmadan, defalarca kere kullanılmış, savaş görüntülerinin insanlar üzerindeki olası etkileri düşünülmemiştir. Haber stüdyolarında haritalar eşliğinde, Amerika'nın olası savaş stratejilerini uzman konuklar eşliğinde açıklamaya girişmiş, Afganistan'ın iç karartıcı, huzur bozucu ve gelecek günler için tehdit edici olduğu vurgulanmaya çalışılmıştır. Nükleer savaş olasılıkları da aynı sansasyonel yaklaşımla dile getirilmeye başlanmış, ortada bir savaş yokken, "barışı korumak ve savaşa yol açabilecek düşüncelerin gelişimini önlemek" adına, savaş politikalarını destekleyici yayınlar yapılmıştır³⁰⁹.

Amerika'nın "Irak'ı özgürleştirme operasyonu", Türk medyasında aynı savaş destekçisi tutumla verilmiş, Amerikan medyasından daha çok Bush'u destekleyen, gerekçelerini haklı bulan bir tavır sergilenmiştir. Bir futbol maçını değerlendirir gibi dakika dakika savaş değerlendirmeleri, soğukkanlı bir şekilde ekranlara taşınırken, bombalanan şehirler sadece haritadaki hedefler ve ölen insanlar sadece birer rakamdan ibaretmiş gibi yansıtılmış, tıpkı Körfez Savaşı'nda olduğu gibi savaşın gerçekliği manipüle edilmiştir. Savaşın gerekçeleri olarak gösterilen nükleer silahların bulunamaması, Saddam Hüseyin'in devrilmesine ve yakalanmasına rağmen Amerika'nın savaştan önce açıkladığının tersine Irak'tan çıkmamış olması, üstüne Iraklı esirlere yapılan işkence fotoğraflarının ortaya çıkması, medyayı şaşırtmış görünmektedir. Savaş çığırkanlığı yaparken, savaşın diğer bir yüzü olabileceğini bilmiyormuş gibi, işkencelerin açığa çıkmasından sonra, işkenceleri kınamak için adeta birbirleri ile yarışmaktadırlar. Medya, işkenceleri kınamakla kalmayıp, savaşa karşı takındığı tutumu, insanlık suçuna ortak olup olmadığını da sorgulamak zorundadır³¹⁰.

Medya savaşın gerçek acımasız yüzünü göstermek ve savaşa karşı tutum almak zorundadır. Savaşı destekleyen ve sadece bir tarafın çıkarlarına alet olan medya, savaşta yaşanan suçlarda pay sahibi olduğu gerçeğini unutmamalıdır. Medyanın yapması gereken, ulusal çıkarlar gerekçesinin arkasına sığınarak savaşı yücelten yayınlardan

³⁰⁹ İncilay Cangöz, "Savaş Sevici Medya", <http://www2.bianet.org/diger/biber4814.htm>, 17. 05.2004.

³¹⁰ Emel Baştürk Akça, "Medya Irak'taki İnsanlık Suçunun Neresinde?", <http://www2.bianet.org/diger/biber4815.htm>, 17. 05.2004.

kaçınmak, sadece gerçekleri vermenin en temel görevi olduğu bilinciyle hareket etmektir.

3.3. Trajik Haberler

Akşam haberlerini izlemek için televizyon karşısına geçen insanlar, intihar eden, trafik kazalarında parçalanan, cinnet getiren ya da herhangi bir felakete uğramış insanların görüntüleri ile karşılaşmakta ve izledikleri manzaralar karşısında şok ve şaşkınlık yaşamaktadır. Bu tür görüntüler en çok çocuklar için tehlike oluşturmaktadır. Gereksiz ayrıntılarla, uzun uzun verilen ve tekrar tekrar gösterilen trajik sahneler, izleyicilerde moral çöküntüsü yaratmakta, şiddet ve cinsellik öğeleriyle dolu haberler ise şiddet eğilimli kişilerde özendirici olmaktadır. Bir dönem haberlerde uzun uzun gösterilen Boğaziçi Köprüsü üzerindeki intiharlar, yeni intihar girişimlerine neden olabilmıştır. Küçük çocuklar da izledikleri haberlerden kötü etkilenebilmektedir. Televizyondaki bir programda gösteri amaçlı kendini tavana asan bir kişiyi taklit etmek isteyen ilköğretim öğrencisi bir çocuk hayatını kaybetmiştir³¹¹.

Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesi'nin 7. maddesinde 'Gençlerin ve çocukların fiziksel, zihinsel ve ahlaki gelişimini zedeleyebilecek türden program hizmetleri, çocukların seyredebileceği zamanlarda yayınlanmayacak, şiddet eğilimi körüklenmeyecek' denilmektedir. Türkiye'de bu sözleşmeye imza attığı gibi 3984 sayılı yasada da bu maddeye yer vermiştir³¹².

Matelski'nin aktardığı satırlar trajik haberlerin neden seçildiğini ve muhabirlerin nasıl etik dışı davrandığını çok çarpıcı bir biçimde vurgulamaktadır.

“Muhabirler kameraları neden kederli ailelere, kalbi kırık dullara ve acı çeken kaza kurbanlarına yöneltiyorlar? Foto muhabirler ve televizyon gazetecileri neden şanssız bir insanın trajik ve kanlı ölümünü ön plana çıkartacak kadar ileri gidiyorlar? Çünkü bu, heyecan yaratmak için hızlı ve pis bir yöntemdir ve heyecan, haberleri sattırır. İnsanlar, ayrıntısı oturma odalarında gözler önüne serilen dramlar ve sefalet görmeyi umuyorlar. Gözyaşları, öfke ve acı, fotoğrafları ve televizyon haberlerini güçlü kılıyor.”³¹³

Hemen hemen her gün benzer görüntüler ekranlarda yer almaktadır. Etik açıdan, gazetecilerin bu gibi durumlarda insanların yaşadığı acılara saygılı ve duyarlı davranması beklenmektedir.

³¹¹ Uyguç, a.g.e., s. 221-223.

³¹² Aynı, s. 230-231.

³¹³ Matelski, a.g.e., s. 22.

Esslin, televizyonun, şiddet sahneleri de dahil en büyük görsel ve duygusal etkiye sahip önemli sahnelerle faaliyetini yoğunlaştırdığını ve pekiştirdiğini, bu arada görsel dramayı yavaşlatan veya kaldıran malzemeleri görmezden geldiğini ifade etmektedir. Esslin; "örneğin, saatlerce sürmüş bir siyasi gösteride, polis coplarının bir grup göstericinin üstüne indiği otuz saniye büyük ihtimalle büyük olayın televizyona çıkarılan tek kısmı olacaktır, dahası bu kısa parça, onu çok daha dramatikleştirerek bir montaj gerilimi katılarak edite edilir"³¹⁴ derken, trajik ya da dramatik olmayan bir haberin bile dramatik unsurlarının ön plana çıkarılarak verilmesine vurgu yapmaktadır

Trajik haberler insanların düşüncelerine değil, duygularına yönelerek, izleyicilerde duygusal çağrışımları ön plana çıkararak, duygu sömürsü yapmaktadır. Geçici de olsa kurulan duygusal ortaklık, bir duygu zenginliği yaratmaktan uzak, duyguları tüketmek üzerine kuruludur. İzleyici bir süre sonra, benim başıma gelmedi, ben öyle değilim gibi düşüncelerle, tepki vermemeye ve kötülükleri göremez hale gelmeye başlamakta ve bu bir yanılsama olarak sürüp gitmektedir³¹⁵. Haberlerde yoğun olarak verilen acıların insanları duyarsızlaştırdığı ve günlük hayatta karşılaştıkları acılı insanlara karşı aynı duyarsız tavırları sergiledikleri kabul edildiğinde, televizyon haberlerinin, acılara ve kötülüklerle karşı tepkisiz bir toplum yaratılmasında payı olduğu da ortaya çıkmaktadır. Böylece televizyon haberlerinin sorumluluğu ve etik kuralları uygulama zorunluluğu bir kat daha artmaktadır.

3.4. Şiddet ve Erotizm İçeren Haberler

Televizyon haberlerinde sansasyonel haberleri ön planda tutan televizyon kanalları için, kan, cinsellik, dram ve suç, her zaman satış yaptığı için tercih edilen konular olmaktadır. Bu konuların seçilmesi, ciddi televizyon haberleri için saygınlıklarını azalttığı endişesiyle, söz konusu bile olamazken, sansasyonel haber kanalları, ilk haber olarak verecek kadar sıralamada öncelik tanımaktadır³¹⁶.

Televizyon yayıncılığının başlangıcından beri, yayıncılar, izleyiciler ve hükümetler arasında televizyon programlarında ve haberlerde şiddet konusunda tartışmalar yaşanmaktadır. Şiddetin tanımının tam olarak yapılamaması, kimilerinin şiddeti dar bir çerçevede ele alarak fiziksel şiddet olarak algılamaları, kimilerince ise

³¹⁴ Esslin, a.g.e., s. 56.

³¹⁵ Aslan, a.g.e., s. 5

³¹⁶ Bourdieu, a.g.e., s. 22.

tanımın genişletilerek sözlü şiddetin de en az fiziksel şiddet kadar önemli olduğunu savunmaları üzerine tartışmalar devam etmektedir³¹⁷.

Televizyon haberlerinde yer alan şiddet ögesi en çok, gerçek yaşam ile televizyonun farkını algılayamayan çocukları etkilemektedir. Televizyonda yayınlanan şiddet konusunda pek çok araştırmalar yapılmış ve bu araştırmalar, yetişkinlerin şiddetten farklı şekillerde etkilendiğini ortaya koymuştur. Televizyon haberlerinden yansıyan şiddetin, izleyicileri duyarsızlaştırdığı, şiddet izleme ile agresif davranışlar sergileme arasında bir ilişki olduğu, özellikle şiddetin meşrulaştırılabileceği mesajının verilmesi durumunda, izleyicilerdeki şiddete karşı duyarsızlaşma etkisinin arttığı gözlenmiştir. Şiddet görüntülerine maruz kalma sıklığının da etkilenmenin oranını etkilediği görülmüştür. Bir başka araştırmada ise, televizyondan yansıyan şiddetin özellikle itici ve rahatsız edici yönleri gösterildiğinde, izleyicilerde gerçek hayatta şiddetten uzaklaşma etkisinin sağlanabileceği sonucuna ulaşılmıştır³¹⁸.

Şiddet gibi cinsellik konusu da ele alınmış ve sunulmuş biçimiyle sürekli tartışılan konulardan biri olmuştur. Televizyon haberlerinde cinselliğin yansıtılma biçimi, kimi zaman toplumun genel ahlak anlayışına ve aile değerlerine ters düşerek, izleyicilerde genel bir rahatsızlık yaratabilmektedir. Cinsel içerikli haberlere yönelik tepkiler, izleyicilerin yaşına, cinsiyetine, sosyal konumuna ve kişilik yapısına göre değişiklik göstermesinin yanı sıra, farklı toplumlarda da bakış açılarındaki farklılıklardan dolayı, değişiklikler göstermektedir. Yine cinsel içerikli haberler de, görüntüleri yorumlayacak olgunlukta olmamaları nedeniyle en çok çocuklar ve gençler üzerinde, olumsuz etkiler yaratmaktadır. Haberlerdeki cinsellik eleştirilerine daha çok, cinsel kimliklerin ve kadınların cinsel obje olarak sunumunun neden olduğu görülmektedir³¹⁹.

Pek çok ülkede televizyon yayınlarında ve haberlerinde erotizm ve şiddetten şikayet edilmekte, erotizm ve şiddet içeren haber, belgesel, müzik, magazin ve dramaların olumsuz etkileri araştırılmaya devam etmektedir. Televizyondan yansıyan şiddet ve erotizmin olumsuz göstergeleri genel olarak şöyle sıralanmıştır;

1. Cinsel uyarımların oluşması için özellikle oluşturulan görüntüler, sesler ve abartılı ilişkiler,

³¹⁷ Çaplı, a.g.e., s. 195.

³¹⁸ Aym, s. 196-197.

³¹⁹ Aym, s. 206-208.

- 2.Uyuşturucu bağımlılığının bir yan unsuru olarak şiddet ve erotizm,
- 3.Hırsızlık ve gasp olaylarındaki şiddet ve erotizm,
- 4.Uzak Doğu sporlarının kan ve şiddet içeren görüntüleri,
- 5.Azınlık ve göçmenlere yönelik şiddet ve erotizm,
- 6.Ruh hastalarının cinsiyet ve hastalıklarına bağlı olarak ortaya çıkan şiddet ve erotizm,
- 7.İdeolojik ve politik gruplardaki benlik, kimlik, kişilik sapma ve saptırmalarının örneğini oluşturan şiddet ve erotizm³²⁰.

Yukarıda sayılan maddelerde de görüleceği üzere, makul, meşru, ahlaki olmayan, küçük bir grubu ya da çok az sayıda insanı ilgilendirebilecek sapma ve olaylar, haberlerde geniş yer tutarak toplumun genelinde rahatsızlık uyandırabilecek, kabul edilemez görüntüler olarak haberlere yansımakta ve insanları olumsuz yönde etkilemektedir. Bu görüntülerin televizyon ekranlarında çok sık yer alması, giderek her türlü şiddeti kanıksamış ve duyarsızlaşmış bir toplum yaratması endişeleri hala geçerliliğini korumaktadır.

3.5. Dış Haberler

Medya bazı olaylar ve sorunlar karşısında elden geldiğince etik ilkelere uygun davranırken, bazı olayları ve sorunları ele alırken, etik konusunu geri plana atabilmektedir. Bunların başında ise dış politika sorunları gelmektedir. Medya kimi zaman bazı krizleri bizzat yaratabilmekte ve yönetebilmektedir. Bu konudaki en çarpıcı olaylardan biri Yunanistan ile Türkiye arasında yaşanan Kardak Krizi'dir. Kardak Krizi'nde Türk ve Yunan medyaları, sırayla gidip kayalıklara bayrak dikerek ve birbirlerinin bayrağını indirerek bayrak savaşına girişmiş, kriz medyatik olmaktan çıkıp, gerçek bir kriz niteliğine taşınmıştır. İki ülkeyi savaşla burun buruna getiren gazetecilerin bayrak dikme ve indirme operasyonları, meslek ilkelerini çiğnedikleri, gözlemci konumlarını yitirerek eylemci haline geldikleri, dolayısıyla gazetecilikle bağdaşmayan davranışlarda buldukları, şiddet ve zorbalığı özendirdikleri gerekçesiyle pek çok tepkiye ve şikayete yol açmıştır. Ancak bu gazeteciler, meslek ilkelerini yorumlamakla görevli Basın Konseyi tarafından uyarılacakları yerde, haklı bulunarak savunulmuşlardır. Basın Konseyi, ulusal çıkarlar söz konusu olduğunda gazetecilerin tarafsız kalamayacaklarını, kendi ülkelerinin çıkarlarını aktif bir biçimde savunmalarının gerekli olduğunu, aksine hareket edenlerin, sadece olayı izlemekle

³²⁰ Mete, a.g.e., s. 3-4.

engellendiğini söyleyerek etik konusunda nasıl bir çifte standart anlayışına sahip olduklarını gözler önüne sermişlerdir³²⁵.

Bu çarpıcı olayla dış politika krizlerinde gazetecilerin kolaylıkla gazetecilik mesleğinin gerektirdiği 'tarafsızlık, dürüstlük, doğruluk, bağımsızlık, savaş kışkırtıcılığı yapmama, başka ulusları ve etnik kimlikleri aşağılamama' gibi etik ilkeleri yok saydıkları ortaya çıkmıştır. Gazetecilerin benzer tavırlarının dış haberler söz konusu olduğunda, hoş görüldüğü hatta desteklendiği görülmüştür.

4. EKONOMİK NEDENLERDEN KAYNAKLANAN ETİK SORUNLAR

4.1. Rating ve Kanallar Arası Rekabet

Rekabet, biçimsel yönden görünmez bir tarzda, pazar payları, reklam verenlere karşı duruş, çalıştırılan isim yapmış kişilere ödenen ücretler ve onlardan sağlanan gelirler, ekonomik olarak güçlü olanın güçsüz olanları bazı noktalarda engellemesi, etkilemesi vs. gibi pek çok görünen ve görünmeyen güç dengeleri üzerinde yaşanmaktadır. Bu dengeleri korumak ya da değiştirmek için sürekli bir mücadele söz konusudur. Her şey daha fazla izleyici kazanmak için izlenen stratejilerin bir parçasıdır. Böylece televizyon haberleri izlenme oranı aracılığıyla ekonomik alanın baskısı altına alınmıştır³²⁶.

İzlenme oranı (rating), farklı kanalların yararlandıkları ve ulaşılan izleyici oranını saptayan ölçüdür. Bu ölçü televizyonda tutulan ve tutulmayanı saptamaya ilişkin bilgi verdiği için, haberciler için de çok önem verilen ve dikkate alınan, ticari başarı için vazgeçilmez bir karar alma ölçütü haline gelmiştir. İzlenme oranları, ticari mantığı tüm televizyon ürünleri gibi haberlere de dayatmakta, televizyon üzerinde bütünüyle özel bir etki yaratmaktadır³²⁷.

Rekabet, aynı baskılara, aynı kamuoyu yoklamalarına, aynı reklam verenlere maruz kalan televizyon haberleri için ürünleri, yani ortaya çıkan haberleri birbirine benzer olmak zorunda bırakmaktadır. Rekabet mantığının oluşturduğu bir dizi mekanizmalar tarafından dayatılan baskılara bağlı olarak haberler temelde derin

³²⁵ İrvan, *Medya Etiki ve Meşruluk Sınırları*, s. 67.

³²⁶ Bourdieu, *a.g.e.*, s. 46-47.

³²⁷ Aym, s. 30-32.

benzerlikler içermekte, sonuçta ortaya pek çok kanala karşın birbirine türdeş haberler çıkmaktadır. İzlenme oranı kaygısıyla hareket eden haber çalışanları, neyin izlenip izlenmeyeceği konusunda, sahip oldukları öngörüler çerçevesinde, konularda ilgi çekicilik ararken, diğer bilgileri ilgi çekici olmadığı gerekçesiyle göz ardı edebilmekte ve karar verme sürecinde her zaman izlenme oranı yüksek olacak konular ağır basmaktadır. Bu durumda ise, rekabetçi serbest piyasa ortamında, tekseslilik ve bir tür tekel görünümü sergilemektedir. Diğer bir haber kanalından geri kalmamak, onların yaptığı bir haberi yapmamış olmamak için uğraşan haberciler, birbirlerini yansıtırçasına benzer haberler yapmakta, izleyiciye fazla seçme şansı tanımamaktadır³²⁸.

Medya giderek daha acımasız bir rekabet ortamıyla karşı karşıya kalmakta ve üzerindeki ticari baskılar şiddetlenmektedir. Medyadaki birçok yönetici kadrosu, medya sektöründen değil, girişimci sektörden gelmektedir. Girişimci kişiler ise bilgi ve gerçekliğe daha az duyarlı, karı öncelikli hedef olarak gören kişiler olmaktadır. Böyle olunca da medyada atlatma haberler, skandallar, özel yaşamı hedef alan olaylar vs. gibi izleyici çekmeyi amaçlayan haberlerin sayıları giderek artmaktadır³²⁹. Medyadan beklenen ise tüm rekabet koşullarına rağmen hem topluma hizmet etmesi ve bunu doğru bir şekilde yapması, hem yatırımda geri kalmaması, kar etmesi, hem de bağımsız olmasıdır. Kısacası medyanın işi giderek zorlaşmaktadır³³⁰.

Televizyon haberlerinde rating uğruna yapılanlar çoğu zaman habercilik amacını aşmakta, geçmiş olaylar defalarca kere ekrana getirilerek tansiyon yükseltmeye çalışılmakta, yalan-yanlış da olsa sansasyonel bir olay yakalanınca bıktırıcaya kadar olay didiklenmekte ve çok önemli olmayan olaylar bile bu sayede ilk sıralarda yer alarak, gereksiz yere önem atfedilmektedir. Kimi insanlar medya malzemesi haline getirilmekte, haksız ithamlar, sorgusuz infazlar gibi uygunsuz ve gereksiz davranışlarla, rating artırma çabaları medyaya ve ülkeye zarar vermektedir³³¹. Rating artırma yolunda yapılan bir yanlış da, haberi diğer kanallardan önce verebilme baskısı altında yapılan acelecilikten doğan yanlışlardır. Haber atlatma, öne geçme ve haberi ilk vererek çok izlenme yolunda, haberin nasıl verildiği önemini yitirmekte, düşünmeye fırsat

³²⁸ Aynı, s. 27-30.

³²⁹ Ramonet, a.g.e., 16-17.

³³⁰ Üner, a.g.e., s. 210.

³³¹ Akın, a.g.e., s. 430-431.

verilmeden hazırlanan haberler, ya eksik ya da yanlış olabilmekte, izleyici yanıltılabilmektedir³³².

Rating kaygısı kimi zaman, insan hayatları üzerinden acımasız bir rekabetin yaşandığı durumlara yol açabilmektedir. Bourdieu, rating rekabetinin mantığıyla hareket edildiğinde son derece tehlikeli sonuçlara ulaşılabilceğini vurgularken, Yunanistan ve Türkiye arasında Kardak Kayalıkları ile ilgili olarak çıkan krizde iki tarafın medyasının da savaş çılgınlıkları attığını, milliyetçilik çılgınlığı içinde hareket ettiğini, olası bir savaşın kıl payı önlendiğini örnek göstermekte, yükselen milliyetçilik akımlarındaki baş rolde, modern iletişim araçlarındaki ilkel tutkuları sonuna kadar sömürme mantığının yattığını ileri sürmektedir³³³.

Bourdieu ayrıca, televizyonunun çok sayıda insana ulaşabilmesinden, izlenirlik oranının yüksek olmasından güç alarak, felsefe, yargı gibi bir takım alanlara giriş hakkını ucuzlattığını, mesleklerinde hak etmedikleri bir takım payelerin (filozof, sosyolog, yazar gibi) televizyon tarafından bu insanlara kolayca verilebildiğini, bilim ve kültürün değerinin düşürüldüğünü savunmaktadır. Ayrıca izlenme oranı tarafından yönetilen televizyonların, yayın içeriklerindeki bütün sorumluluğu, özgür ve aydın olduğu varsayılan izleyiciler üzerine yüklediğini, oysa izlenme oranının, pazarın tümüyle tecimsel bir yaptırım olduğunu ve pazarlama aracının taleplerine bir boyun eğiş olduğunu ileri sürmektedir³³⁴.

İzlenme oranını artırmaya yönelik girişimlerin bir çoğu televizyon haberlerini olumsuz yönde etkileyen girişimler olmaktadır. En çok izlenen olmak uğruna haber kalitesi düşürülmekte, habercilik amacından uzaklaşmaktadır. Haberlerin rating baskısından kurtarılması, televizyon haberciliğinin olması gereken noktaya yaklaşmasını sağlayacaktır.

4.2. Ekonomik Nedenler ve Reklam Verenler

Günümüzde serbest piyasa ekonomisinin, tüm sektörlerde olduğu gibi televizyon haberciliği alanında da uygulanması, serbest piyasanın özgür ifadeyi garanti altına aldığı, özgür haber akışı ve beraberinde demokrasi için zorunlu olduğu iddialarına temel oluşturmaktadır. Piyasada yaşayabilmek için kendilerini tüketicilerin beklentilerini

³³² Aynı, s. 32-34.

³³³ Aynı, s. 14.

³³⁴ Aynı, s. 70-73.

karşılmak zorunda hisseden televizyon habercileri, kendilerine has farklı görüş ve inanışlar yerine halihazırda toplumda var olan değer ve inançlara uygun haber sunmaya çalışmakta, seslenen kitlenin egemen kültürel çerçevesinin dışında olan haber sunumlarına prim vermemektedir. Televizyon haberlerinde neyin, nasıl ve ne kadar yer alacağına piyasada tüketici olarak kabul edilen izleyici tercihleri yön vermektedir. Temel görev gerçeğin aktarılması olmalıyken, piyasa koşulları gereği bir haberin haber değeri onun hikayesinin piyasada iş yapıp yapamayacağı ile ölçülmektedir. Bu durumda, yalan haber verilmese bile, asıl önemli olanın ne olduğunun tam olarak anlatılamaması ve olayların basitleştirilerek sunulması sonucu doğmaktadır. Sonuçta bilgilenmiş ve eleştirel bir bakış taşıyan demokratik toplum ideali gerçekleştirilememiş, medyadan beklenen demokrasiye hizmet yerine getirilememiş olmaktadır³³⁵.

Ekonomik sorunların başka bir boyutu ise, iletişim kurumlarının çok karmaşık ve çarpık bir hal almış olan ekonomileridir. Tam olarak hangi işleri yaptığı belli olmayan büyük holdingler, ya gazete ya da televizyon sahibi olup, medyayı bir güç olarak ellerinde bulundurmaktadırlar. İhaleleriyle, siyasi iktidarla olan ilişkileriyle, ürettikleri ya da sattıkları ürünleriyle medya alanında yaptıkları işler arasında doğrudan bir ilişki olmamasına rağmen dolaylı olarak hepsi birbirinin içindedir. Ekonomi kuralları altüst olmuş, medyayı elinde tutan güç odağı haline gelmiş, tekelleşme ve hukuk dışılık giderek artmıştır³³⁶.

Ekonomik sorunlar arasında en büyük pay medya ile reklam verenlerin ilişkileri alanında ortaya çıkmaktadır. Haber endüstrisi varlığını devam ettirebilmek için reklam verenlere ihtiyaç duymaktadır. Bu durum televizyon habercileri için etik açıdan kimi zaman büyük sakıncalar doğurabilmektedir. Reklam verenler, ratingleri yüksek olan haberleri, programları ya da kanalları tercih etmektedir. Haberciler de ratingleri yüksek tutarak reklam gelirlerini artırmak için izleyicinin hoşuna gideceğini düşündükleri şekilde haberler yapmaya yönelmektedirler. Bu durum, televizyon haberciliğini ucuzlatma pahasına da olsa sansasyonel olanı tercih etme sonucunu getirmektedir. Kimi zaman da reklam verenleri kızdırmamak ve kaybetmemek için belli haberlerin yapılmasından vazgeçildiği durumlar da yaşanabilmektedir³³⁷.

³³⁵ Belsey, a.g.e., s. 30-43.

³³⁶ Aynı, s. 202.

³³⁷ Matelski, a.g.e., s. 25-26.

Medya kuruluşları reklam verenlerin baskısı ile karşı karşıya kaldıklarında, reklam gelirlerini kaybetmemek için, büyük şirketlerin içeriğe ilişkin taleplerine boyun eğmeye başladıklarından itibaren izleyicilerine karşı dürüstlüklerinden de ödün vermeye başlayacaklardır. Böylece, örneğin Eurogold firmasının reklamlarını yayımlayan yerel televizyonlar, siyanür yöntemiyle altın çıkarmanın çevreye zarar vermeyeceğini anlatacak, siyanürlü altına hayır diyen kişileri vatan hainliği ve komünistlikle suçlayacaklardır. Bu şekilde, haberlerin reklam verenlerin çıkarları doğrultusunda hazırlanması, izleyicilerin doğru haber alma haklarını yok eden bir uygulama olarak baş gösterecektir. Bu konuda ABD Profesyonel Gazeteciler Derneği etik kodları şöyle demektedir: “Gazeteciler, reklamcılar ve özel çıkar çevrelerinin kendi lehlerinde haber beklentilerini reddetmeli, bunların haberler üzerinde etkide bulunmalarına karşı koymalıdır”³³⁸.

Bir diğer ekonomik sorun ise, haberin edinildiği kaynaklarla ilgilidir. Bilgi ve haberlerin toplanmasının maddi olarak yüklü bir bedeli olduğundan dolayı, haber merkezleri, mecburen haberleri ellerinde hazır bulunduran haber ajanslarından ya da kurumların halkla ilişkiler ajanslarından almak zorunda kalabilmektedirler. Bu durumda da farklı kanallarda birbirinin aynı sayılabilecek haberler göze çarpmaktadır. Örneğin Yeşil Barış (Greenpeace) örgütü her eyleme gidişinde medyaya görüntü geçmek için kamera ve diğer malzemelerini yanlarında götürdüklerinden, sık sık dramatik görüntülerle süslü iyi haber konusu olabilecek malzemeyi medyaya vermektedirler. Burada, çevre açısından önemli olan meselelerden çok, iyi reklam olup halkın ilgisini çeken bir gündem oluşturulması tehlikesi açığa çıkmaktadır. Medyanın haber kaynaklarından biri de hükümetlerdir. Medya, siyasileri denetlemek ve gözlemlemek zorundayken, haber toplamadaki ekonomik kısıtlamalar sonucu hükümetlerin kendilerine verdiği ve haber değerini yüksek tutmaya çalıştıkları her türlü bilgiyi kullanmakta, ucuza haber sağlarken, demokratik tartışma ortamına zarar vermektedirler³³⁹.

Medya çalışanları da ekonomik sorunların farklı boyutlarından, değişik şekillerde etkilenmektedirler. Diğer bir deyişle, medya çalışanları için de durum zor ve karışıktır. İşe girerken, gazeteci kimliği ile işe alınmamakta, holding bünyesindeki

³³⁸ İrvan, **Medya ve Etik**.

³³⁹ Aynı, s. 43-44.

şirketlerden her hangi birinde çalışan biri olarak görünmektedirler³⁴⁰. Teknolojik alana maddi yatırımlar yapılırken, çalışanların verimliliğini ve kalitesini artırmak için yatırım yapılmamaktadır. Bunun sonucunda ise kalite ve verim düşmektedir. Ayrıca çalışanlardan, ekonomik çıkarlar gereği, patronu adına iş takip etmesi, ihalelere girmesi, kamu yöneticilerinin makamlarını etkilemeye çalışması, bazı konularda oto sansür uygulayarak yazması gerekenlere hiç değinmemesi ya da çok önemli ve olumlu bir habermiş gibi ele alması beklenebilmektedir³⁴¹.

Televizyon yayıncılığı, kamu hizmetinin unsurlarından olan “ortak ve genel gereksinim, her gün yinelenen bir gereksinim, giderilmediğinde toplumda huzursuzluk yaratacak bir gereksinim” gibi üç unsuru kendinde taşıdığı ve özünde kamu hizmeti olduğu halde, ticari kaygılar ve rekabet sonucu kamu hizmeti anlayışından uzaklaşmaktadır.³⁴²

Medya sektöründe yaşanan ekonomik sorunlar, medya da yaşanan pek çok etik sorunun temelini oluşturmaktadır. Televizyon kuruluşları bu ekonomik baskılar altında dahi, bir televizyon kuruluşunun haber verme işlevinin kazanç amacı gütmeyen kamu hizmeti olduğunu hatırlayarak ve kuruluşa itibar kazandıracığı düşüncesi içinde kimi zaman kazanç elde etmeyi ikinci plana iterek görevlerini yapmalıdırlar. Aksi halde ticari kaygılar, her şeyin önüne geçerek, etik değerlerden söz edilmesini anlamsız kılacaktır.

4.3. Para Karşılığı Haber Satın Alma

Batılı ülke medyalarında ortaya çıkan ve örnekleri diğer ülkelerde de görülmeye başlanan paralı habercilik, haber kaynaklarına, konuşmaları, bilgi vermeleri karşılığı para ödenmesidir. Çek defteri gazeteciliği de denilen bu durumun en önemli sakıncası, haberi parayla alınıp satılabilen bir meta haline getirmesidir. Eğer haber bir kez kamu malı olmaktan çıkıp, alınıp satılabilen bir meta haline gelirse, her şeyden önce basın özgürlüğünün temel dayanakları ortadan kalkacaktır. Sansasyonel bir haber için kaynağa milyarlar ödeyen yayın kuruluşu, bunu kamunun haber alma hakkı adına yaptığını söylediğinde inandırıcı olmayacaktır³⁴³.

³⁴⁰ Şükran Soner “Milyarlık Transferler... Öyle Bir Çark Oluşturdu ki Bu Ülkede“, 1. İletişim Kongresi Bildiriler Kitapçığı (İstanbul: 1-3 Mart 2000), s. 200.

³⁴¹ İrvan, *Medya Etiği*.

³⁴² Uyguç, a.g.e., s. 217.

³⁴³ İrvan, *Medya ve Etik*.

Haberlere konu olmuş bir kişinin, para karşılığı gazetecilerle konuşması ve bilgi vermesi, haksız kazanç olarak nitelendirilmektedir. ABD Basın Şikayetleri Komisyonu “Bir suça karışan insanlara veya onların suç ortaklarına, yayımlanacak malzeme kamu yararı olmadıkça ve bunun gerçekleşmesi için ödemenin yapılması zorunlu olmadıkça haber, bilgi ve resimler için herhangi bir ödeme yapılmamalıdır” koduyla, bu tür haksız kazanç yollarını yasaklamaktadır. Özellikle ABD’de ciddi suçlar işleyen insanların hikayelerini anlatmaları karşılığında büyük paralar ödenmektedir. Herhangi bir suç işlemediği ya da suçlularla herhangi bir ilişkisi olmadığı halde, basından büyük paralar alarak, bu yolla zenginleşen kişilere bile rastlanmaktadır. Para karşılığı hayat hikayelerine para ödenen bir başka grup da tanınmış kişilerdir. Bu insanların eşleri, eski eşleri, yanında çalışanları gibi bu ünlü kişilerin özel yaşamlarının iç yüzünü ortaya dökmek isteyen kişiler için yapılan ödemeler de, bir başka sorundur. Başkalarının özel yaşam sırlarını açıklamaları, karşılığında bir de kazanç elde etmeleri, ahlaki bir durum olmadığı gibi kamuoyu tarafından da hoş karşılanmamaktadır³⁴⁴.

İngiltere Basın Şikayet Komisyonu da haber kaynaklarına haber ödenmesi durumuna ABD’ye benzer bir sınırlama getirmektedir: “Suç işlemiş kişilere veya bu kişilerin yakınlarına, anlatacakları öyküler, verecekleri fotoğraflar ya da enformasyon için para ödenmemelidir. Ancak ilgili malzemelerin kamu çıkarı gereği mutlaka yayımlanması gerekiyorsa ve bunun için de para talep ediliyorsa, ödeme yapılabilir”³⁴⁵.

Yargı sürecindeki davalarda da olayın tarafları farklı kanallarda ücret karşılığı ekrana çıktığı görülmektedir. Üzeyir Garip cinayetinden sonra olayda adı geçenleri ekrana çıkarmak için kanallar arasında kıyasıya rekabetler yaşanmıştır. Gazeteciler haber toplama ve yayımlama sürecinde hiçbir şekilde işin içine parayı dahil etmemek, para talep eden kişilere pirim vermemek zorundadırlar. Aksi takdirde, para için yalan hikayeler uyduran, olayları abartan, insanları karalayan, bu yolu bir kazanç kapısı haline getiren insanlar, haberciliğin yozlaşmasında önemli rol oynayacaklardır.

³⁴⁴ Harris, a.g.e., s. 100-101.

³⁴⁵ İrvan, Medya ve Etik.

5. HABER SUNUMUNDAN KAYNAKLANAN ETİK SORUNLAR

5.1. Haberlerdeki Konuklar ya da “Uzmanlar”

Haberlerde ‘uzmanlar’a başvurulmasının, otorite görünümünün bir parçası olarak görüldüğü ileri sürülmektedir. Habercilerin uzmanların her söylediğini tamamen gerçekmiş gibi sunma eğilimleri olduğu gibi, uzmanları kendi inanılırlıklarını artırmak amaçlı kaynak gösterdikleri de ileri sürülmektedir. Uzman olarak tanıtılan kişilerin her konuda ileri sürüldüğü kadar yeterli olmamasına rağmen, haberlerin güvenilir olduğu görünümüne ve haberin anlaşılmasına katkı sağladıkları görülmektedir³⁴⁶.

Haberlere konuk olarak çağırılan kişiler, genelde muhtemelen ne söyleyeceğini önceden tespit etmiş, kamu sektörüne mensup kimselerdir ve konuştuklarının büyük kısmını hazırlamış, hatta daha önceden provasını yapmışlardır. Bu kişiler daha sonra halk ve yapımcılar tarafından değerlendirilirler. Eğer canlı ve nükteli değilse televizyona çıkmaları bir daha talep edilmemektedir³⁴⁷.

Televizyon haberlerine katılan konuklar kimi zaman konularında yetkili olmayan kişiler oldukları halde, konunun uzmanıymış gibi yansıtılarak, görüşler çarpıtılmakta ve böylece konular üzerinde bir sis perdesi ve endişe belirlemektedir. Haberlerde konuk olan yetkin ve yetkili olmayan konukların senaryo, tahmin, temelsiz iddia ve teorileriyle ister istemez izleyicilerde soru işaretleri ve kafa karışıklığı yaratılmaktadır³⁴⁸.

Bourdieu, insanların neden televizyon yayınlarına katılmayı kabul ettiklerini tartışmaktadır.

“...bir şeyler söyleyebilip söyleyemeyeceği konusunda herhangi bir kaygı taşımaksızın televizyona çıkmayı kabul etmekle insan, oraya bir şey söylemek için değil, ama daha başka nedenlerle, özellikle de kendini göstermek ve görünmüş olmak için çıktığını ortaya koymaktadır.... Felsefecilerimizden ve yazarlarımızdan bazıları için, olmak, televizyonda algılanmış olmaktır, yani sonuçta, gazeteciler tarafından algılanmış olmak, hep söyleneğeldiği gibi, gazeteciler tarafından 'iyi bulunmuş' olmaktır (bu da, düpedüz ödünleri, gizli ödünleşmeleri içerir)... varlıklarını sürdürübilme konusunda yapıtlarına hiçbir şekilde güvenemediklerinden, ekranda olabildiğince sıkla belirlemekten, dolayısıyla da, başlıca işlevi televizyona çağrılmalarını sağlamak olan, olabildiğince kısa yapıtları, düzenli aralıklarla yazmaktan başkaca umarları yoktur”³⁴⁹.

³⁴⁶ Burton, a.g.e., s. 141.

³⁴⁷ Esslin, a.g.e., s. 19.

³⁴⁸ Akın, a.g.e., s. 430-431.

³⁴⁹ Bourdieu, a.g.e., s. 18.

Oysa ki, çıkarılmak istendikleri konu hakkında ve program ya da televizyon kanalı hakkında seçici davranabilseler, kurallar koyabilseler, konunun uzmanı olan gazeteciyle konuşabilseler, kısacası makul koşullara ulaşabilseler televizyondan bilgi vermeleri çok önemli bir durumdur. Bourdieu, ayrıca televizyona çıkmadan önce bu kişilerin kendilerine “acaba söyleyeceğim şeyler herkese ulaştırılacak türden şeyler mi? Söyleminin, dile geliş biçimiyle, herkesçe duyulabilmesini sağlamaya hazır mıyım? Acaba bu söylem herkesçe duyulmayı hak ediyor mu? Bu söylem herkes tarafından duyulmalı mı?” gibi sorular sormasının zorunlu olduğunu da ifade etmektedir³⁵⁰.

Televizyon haberlerine konuk olarak çağırılan kişilerin, konunun uzmanı olması, verdiği bilgilerin konuyu açıklayıcı ve aydınlatıcı nitelikte olması, haberin daha iyi anlaşılmasına yardım ederken, uzman olmayan kişilerin sırf televizyona uygun tarzı yüzünden konuk olmak üzere seçilip, konu hakkında konuşması yanlış bilgilendirmelere neden olmaktadır. Uzman niteliğindeki kişilerin, haberlere katılacağı konularda seçici davranması ve her konu hakkında konuşmayı kabul etmemesi beklenmektedir.

5.2. Canlı Yayın

Yayıncılığın en önemli özelliklerinden biri zamana karşı yarışmaktır. Televizyon şimdiki zaman aracı olarak nitelendirilebilir. İnsanları yakından ilgilendirecek olayların en kısa sürede, kimi zaman meydana geldiği anda, izleyicilere ulaşması hedeflenmektedir. Haberi en kısa sürede, daha meydana geldiği anda diğer kanallardan önce izleyiciye ulaştırma düşüncesiyle olay yerine henüz ulaşmış bir muhabir aracılığı ile vermek, habercilerin gerçekleri ve bilgileri denetlemesine zaman tanımadığından, kimi zaman yanlış, eksik ve yanıltıcı haber vermelerine neden olabilmektedir. Etik olarak ise doğru ve tarafsız haber, izleyiciye en çabuk verilen habere tercih edilmelidir. Çünkü haberin yanlış ve yanıltıcı olduğu ortaya çıktığında, izleyicilerin televizyon kanalına olan güvenleri sarsılmaktadır³⁵¹.

Amerikalı iletişim bilimci I. Fang canlı yayın yapabilme yeteneğinin televizyonu 'tarih yapan araç' konumuna getirdiğini belirtirken, izleyicilere de 'tarihe görgü tanığı olma' gibi bir fırsat sunduğunu ifade etmektedir. Fang'a göre;

“Kısıtlayıcı bağlardan kurtulmuş televizyon haberlerinin tarih üzerinde etkisi bulunmaktadır. Vietnam Savaşını canlı yayınlı yerinden izleyen televizyon programlarını düşününüz, televizyondan

³⁵⁰ Aym, s. 19.

³⁵¹ Uyguç, a.g.e., s. 223.

naklen verilen ilk savaşı... ABD, ekrandan tanıdığı savaşa karşı mücadele eden dünyadaki ilk ülkedir, ve eğer sonuç insanların savaştan nefret etmeleri gibi beklenmedik bir keşifse, o zaman tüm demokrasilerin gelecekte düşünmeleri gereken bir şeydir"³⁵².

Canlı yayının izleyicilerin duygularını harekete geçirmesi kuşkusuz daha etkili olmaktadır.Çünkü izleyici kendini olayın olduğu yerde hissetmektedir.

Fang'ın televizyonun izleyicilere 'tarihe görgü tanığı olma' fırsatını verdiği tezine Esslin'de katılmaktadır. Esslin yaşanan çağa da 'görgü şahitliği çağı' adını vermektedir. Televizyonun canlı yayın aracılığıyla izleyiciyi doğrudan olayların cereyan ettiği yere götürdüğünü, olayı bütün yakınlığı ve şu andalığıyla izleyiciye gösterdiğini, böylece izleyicinin bilfiil savaş alanında, gösteri yerinde, uzay roketinin fırlatılışında kendisini hazırmış gibi hissettiğini ifade etmektedir. Esslin, izleyicinin bir görgü şahidinin duygularıyla dahil olduğu olayın tamamını veya gerçek anlamını değerlendirmesini sağlayacak kadar büyük kısmını görebileceğinden fazla yaklaşıp tecrübe ettiğini düşündüğünü de vurgulamaktadır³⁵³.

Geçmiş dönemlerde televizyonlarda canlı haber yayını, en özel olaylara saklanan bir ayrıcalıkken, teknolojinin baş döndürücü bir hızla gelişmesiyle, uyduların iletişim alanında kullanılmaya başlamasıyla, günümüzde en ücra yerlere bile ulaşılabilen ve canlı yayın yapmak büyük bir iş olmaktan çıkmaktadır. Artık hemen her yerden canlı yayın yapılabilir hale gelmesiyle televizyon haberciliğinde de büyük değişiklikler yaşanmıştır. Günümüzde canlı yayın ekipleri olay yerine çoğu kez polis ya da itfaiyeden önce ulaşmaktadır³⁵⁴.

Körfez Savaşı ile birlikte, tüm dünya canlı yayında savaş izleme olgusu ile karşılaşmış, milyonlarca insan savaşı canlı yayında izlemek zorunda kalmıştır. Ancak savaşı gerçekten canlı yayında izlemek mümkün değildir. Kameralar savaşın her yerinde olamayacağına göre ve üstelik savaş ortamının sansürü de beraberinde getireceği gerçeği çerçevesinde olan bitenin doğru bir şekilde aktarılması yerine, genellikle yönlendirilmiş, boş bir takım görüntü ya da söze dayalı tasvirlerle yapılmış bir haber yayıncılığı izlenmiştir. Sürekli canlı yayına bağlanan muhabirler otel odasının camından ya da kilometrelerce uzaktan gördüklerini anlatırken durmadan konuşup hiçbir haber vermemişlerdir. Uğur, orada bulunan muhabirleri şöyle anlatmaktadır:

³⁵² Parsa, a.g.e., s.24.

³⁵³ Esslin, a.g.e., s. 56.

³⁵⁴ Haluk Şahin, **Radikal Gazetesi**, 29 Kasım 2003.

“Televizyon gazetecileri, bir tiyatro yapıtı sergilenirken rol sırası gelen diğer oyuncunun bir türlü sahneye girmemesi karşısında lafı dolaştırmak zorunda kalan aktörleri andırıyorlardı. Ne yapabilirlerdi ki? Canlı yayın sürüyordu. Ekran çalışıyordu. Teknoloji bağlantı kayışını sürekli döndürüyordu. Muhabirinse zamanı doldurması gerekiyordu. Gazeteci durmadan konuşacaktı. Önüne ne gelirse ekrana geçirecekti. Ayıklayacak, bir önem derecelendirmesi yapacak zamanı yoktu. Sonuçta, hep birlikte anladık: Canlı yayın savaşında haber yerine haberimsi bir şeylere mahkum olunuyor, olundu”³⁵⁵.

Kesintisiz canlı yayın yapmak zorunda oldukları halde, olayları ancak uzaktan seyredebilmeleri nedeniyle, anlatacak çok fazla bilgileri olmayan muhabirlerin, yayın sırasındaki durumlarını çok iyi betimleyen Uğur'a göre, televizyoncular Körfez Savaşı'nda güçlerinin doruğuna ulaştıklarını zannederken, yönlendirmenin çok açık olduğu bir savaş ortamında başka kaynaklara doğrulatmadan her bilgiyi, yetkililerin her söylediğini gerçeğin tek ifadesiymiş gibi sunmaları ve canlı yayın yapma uğruna bu tuzaklara düşmeleri nedeniyle güven erozyonuna uğramışlardır³⁵⁶.

Olayı anında sunmanın her zaman daha iyi sunmak anlamına gelmediği³⁵⁷ gerçeğini bir kez daha gözler önüne seren Kasım 2003'te İstanbul'da meydana gelen terör eylemlerindeki canlı yayıncılık anlayışı, canlı yayınlarda yeteri kadar profesyonelce davranılmadığını göstermiştir. Olay yerine görevlilerden önce ulaşan televizyon ekipleri en hızlı canlı yayını gerçekleştirmek uğruna, kanlı görüntüleri yayınlamaktan çekinmemiş, ortamdaki kaos ve paniği ekranlara taşıırken, canlı yayında yanlış bilgilendirmelere de sebep olmuşlardır. Resmi açıklamaları beklemeden sadece aldıkları duyumlar çerçevesinde beş ayrı yerde patlama olduğu yolunda verdikleri haberler yanlış çıkarken, ölü ve yaralı sayıları da her kanalda farklılıklar göstermiştir. Olay yerine en yakın yerden hatta bina içinden canlı yayın yapmak için görevlilerle mücadeleye giren ve canlı yayında polislerle tartışan haberciler ekranlarda boy göstermiştir. Bina içine giren bir kameraman ve muhabirin, patlama sonucu asansörde kalan bir kişiyle asansörün kat arasında kalan kısmından mikrofonu uzatarak röportaj yapmaya ve görüntü almaya çalışmaları canlı yayın uğruna hiçbir etik ya da insani değerini umursanmadığının bir göstergesi olmuştur. Ölü ya da yaralıların ve yakınlarının canlı yayına yansıyan görüntüleri de ciddi habercilik anlayışına yakışmayacak görüntüler olmuştur. Televizyon habercileri ya kendileri de olayın şoku karşısında etkilendikleri için ya da olayı haberciler için çok iyi malzeme olarak gördükleri için,

³⁵⁵ Aydın Uğur, **Keşfedilmemiş Kıta** (İstanbul: İletişim Yayınları, 1991) s. 143.

³⁵⁶ Uğur, **aynı**, s. 145-147.

³⁵⁷ Matelski, **a.g.e.**, s. 22.

pek çok sarsıcı olayda olduğu gibi, canlı yayınlarda gösterdikleri dikkatsizlik ve ölçsüzlüğü bu olaylarda da göstermişlerdir.

“Seyirlik malzeme olarak insanlık” deyimini tam olarak karşılayan, canlı yayına konu olan felakete uğramış insanların televizyon ekranlarına acılarının ve çaresizliklerinin yansıtılış tarzı, televizyon habercilerinin nasıl davranması gerektiği tartışmalarının yeniden alevlenmesine neden olmuştur. Televizyon haberciliğinde canlı habere en kısa zamanda girebilme yarışında, elde güvenilir görüntü olmadan, olayla ilgili bilgiler sınırlıyken, bilgi edinilebilecek uzmanlar olayla meşgulken, canlı yayına bağlanır bağlanmaz görüntü verme zorunluluğu sonucu, kanlı, dehşet verici görüntülerin sığağı sığağına verilmesi, bir takım etik ilkelere uymamaktadır. Etik ilkeler ışığında yapılması gerekenleri ise canlı yayına hemen girilse bile ilk saatlerde krize ilişkin genel bilgilerin verilmesi, gerekli güvenlik uyarılarının yapılması, ölü sayısı ya da failer hakkında spekülasyon yapılmaması, ölü ya da yaralıların isimlerinin verilmemesi, cesetlerin gösterilmemesi, olayların netleşmeye başlamasıyla, serinkanlı bir profesyonellikle davranılması olarak özetlenebilir. Ayrıca televizyon haber ekiplerinin olağanüstü durumlarda nasıl davranacaklarını belirleyerek hata oranlarını en aza indirmek için nereden bilgi alacakları, hangi uzmanı arayacakları, ne gibi arka plan malzemesi kullanacakları vs. şeklinde önceden planlar geliştirmeleri gerekmektedir³⁵⁸.

Canlı yayınlarda görev alacak muhabirlerin artık tek bir konuda uzman olması yeterli olmamaktadır. Canlı yayın sorumluluğu, aynı zamanda tıpkı bir editör gibi denetim mekanizmalarını kendi kafalarında işletebilen muhabirlere ihtiyaç duymaktadır. Çünkü artık canlı yayınlar hata ve gecikme şansı tanımamaktadır³⁵⁹. Canlı yayın yapmak büyük bir sorumluluk gerektirmektedir. Ekran başındaki izleyicilere olay yerinden yayın yapılması yeterli değildir, önemi olan ne olup bittiği hakkında fikir sahibi olarak, izleyenleri korku ve paniğe sürüklemeden doğru bilgilerin aktarılmasıdır.

5.3. Canlandırma Haberler

Televizyon haberlerinde sık sık canlandırma tekniğine baş vurulması, televizyon haberciliğine özgü etik sorunlardan biridir. Çağdaş haber medyası, haber değeri taşıyan olayları, izleyiciye, yerel, ulusal ve uluslar arası düzlemde oluştukları anda ya da çok

³⁵⁸ Şahin, a.g.e. 2003.

³⁵⁹ Ferhat Boratav, “Habercilikte Çağdaş Yaklaşımlar” Yeni Türkiye Dergisi Medya Özel Sayısı (Sayı No: 11, Eylül-Ekim 1996), s. 438.

kısa bir süre içinde sunma yeteneğine sahiptir. Ancak kimi zaman haberciler olayların gerisinde kalarak, olaya ilişkin görüntü elde edememektedir³⁶⁰.

Bu gibi durumlarda, televizyon haberciliğinde, görüntüsü elde edilememiş ya da yetersiz görsel malzemesi olan haberlerde, bir takım dramatizasyon yöntemleri kullanılarak, canlandırma yapma geleneği ortaya çıkmıştır. Bir sunucunun sadece kamera önünde konuşması yerine, kullanılan aktörlerle canlandırmalar yapılarak, olaylar yaklaşık olarak sahnelenmeye başlanmıştır. Böylece boş bir ekran yerine, gerçeğin bir taklidi olan canlandırmalar izleyicilere sunulmaktadır. Bu durum bazı eleştirmenlerce, izleyicilerin kaydedilmiş gerçek bir olayı izledikleri gibi yanlış bir düşünceye yöneldikleri gerekçesiyle eleştirilmektedir³⁶¹.

Kısacası istenilen etki çoğu zaman yaratılmakla birlikte, olayın sonuçları açısından eleştirel bir durum ortaya çıkmaktadır. Çünkü hem haberin kahramanı hem de izleyici, canlandırma sırasında meydana gelecek küçük ama önemli değişikliklerin etkisine açık olacaktır. Diğer bir deyişle, kişi olayın kendisi kadar, yapılan canlandırmanın içerdiği yoruma da açık olacaktır³⁶².

Canlandırma haber, tabloid de denilen daha çok magazin haberleri işleyen televizyon kanallarında kullanılmaktadır. Habere konu olan olayın bu tür tekniklerle yeniden canlandırılması, çoğu kez, tabloid medya ile ciddi medya arasındaki farkı belirtmektedir. Bu tür haberlerin çok kullanılmaya başlanması, işin daha ileri götürülerek, canlandırmalarda profesyonel aktörlerin kullanılmasına kadar varmıştır³⁶³. Profesyonel aktörlerce yapılan canlandırma haberin ise izleyenlerde gerçek olduğu düşüncesinin yaratılmasındaki etkisi daha fazla olmaktadır.

Trafik kazaları, cinayetler bazen konu mankeni oyuncular tarafından rol yapılarak bazen de sinema filmlerinden alınma görüntülerle ve tabanca sesleriyle izleyicilere sunulmaktadır. Ekranı canlandırma olduğunu belirten yazı konulmadığı zamanlarda izleyiciler olayı gerçekmiş gibi algılayabilmektedir. Televizyon habercileri olayla ilgili bilgileri kendi yaratıcılıklarıyla süsleyerek, yorumlarıyla oluşturdukları kurgulanmış

³⁶⁰ Şeker, a.g.e., s. 108.

³⁶¹ Postman, 1996, a.g.e., s. 76.

³⁶² Şeker, a.g.e., s. 109.

³⁶³ Çaplı, a.g.e., s. 95.

olayı haber olarak verebilmektedirler³⁶⁴. Örneğin; freni patlamış bir kamyonun yokuş aşağı hızla inerek bir eve girmesi haberinde, sadece kaza sonrası tespit edilenlerden oluşan 30 saniyelik bir görüntü verilmesi yeterliyken, arşivlerden hızlı giden bir kamyon görüntüsü bulunmakta, daha önceki kazalardan elde edilen ne kadar görüntü ve ses efekti varsa hepsi bir araya getirilerek, 3 dakikalık bir haber ortaya çıkarılmaktadır. Ancak haber için asıl araştırılması gereken, kamyonun girmemesi gereken bir semtte bulunup bulunmadığı, sürücünün alkol ya da başka bir sorununun olup olmadığı, aracın gerekli kontrollerinin yapılıp yapılmadığı gibi ayrıntılar önemsiz kabul edilerek sorgulanmamaktadır³⁶⁵. Yaratılan canlandırma haberle, izleyenler aldatılmış olmakta, habere konu olan gerçek olayda olanlar değil, kurgu odasında bilgisayar başında üretilenler verilmektedir.

5.4. Haberde Gizli Kamera Kullanımı

Televizyon seyircisinin gizli kamera ile tanışması kamera şakalarının yapıldığı programlarla başlamıştır. Bu programlarda özne konumunda olan kişi bir kameranın varlığından habersizken, seyirci durumu bilmekte, kamera ortaya çıktığında ise özne de durumdan haberdar olmakta ve şaka bitmektedir. Haber için gizli kameranın kullanılmaya başlamasıyla birlikte, gizli kameranın izleyicide yarattığı psikolojik etki nedeniyle, özne konumunda olan kişinin suçlu olduğu, ortada bir suç olduğu düşüncesi en başından izleyicide yaratılmış olmaktadır. Habere konu olan kişi, bizim bilmediğimiz bir şeyleri bilmekte ve gizlemektedir, bu gizlediği bilgilere ulaşabilmek için kameranın da gizlenmesi gerekmektedir. Ortam genellikle çekim için gerekli ışık düzeyine sahip olmadığı için görüntüler yarı karanlık, kamera düzgün kullanılmadığı için görüntüler çarpık ve ses anlaşılmazdır. İzleyici gizli kamera yazısını görünce, ekranda olanları artık farklı okumaktadır, bir suçluyu izlemektedir³⁶⁶.

Gizli kamera kullanımının yapaylığa ve kışkırtmaya yol açtığı bilinmesine rağmen, senaryolaştırılmış, kurgusal haberlerin ekranlarda yer alması, reyting uğruna sık sık başvurulan bir yol haline gelmiştir. Oysa gizli kamera kayıtları mahkemelerde bile delil olarak kabul edilmemekteyken, milyonlarca insan ekranlarda izlediğinin

³⁶⁴ Uyguç, a.g.e., s. 229.

³⁶⁵ Cengiz Erdil, "Haber Programcılığı", *Kamera Dergisi*, Haber Kameramanları Derneği Yayın Organı, Sayı: 11 (2001), s. 16.

³⁶⁶ Nezih Erdoğan, "Gerçek ve Kodları, Televizyon'da Gizli Kamera Kullanımı", *Yeni Türkiye Dergisi* Medya Özel Sayısı, Sayı No: 11 (Eylül-Ekim, 1996), s. 167-168.

gerçek olduğuna inanmakta ve gizli kamerayla kaydedilmiş bir habere konu olan kimi insanlar için geri dönüşümsüz sonuçlara yol açmaktadır³⁶⁷. Gizli kamera kullanılarak zor durumda bırakılmış insanların kimi zaman intihar ettikleri bilinmektedir. Kimi zamanda araştırmacı gazetecilik adı altında gizli kamera gazeteciliği yapılmaktadır. Görüntünün elde edilebilmesi için de konu mankeni kullanılarak, habere konu olan kişiye tuzak hazırlanmaktadır. Bu görüntüler sadece gizli kamera sayesinde sansasyonel haber gereksinimini gidermek amacına hizmet ederken, topluma bir şey vermediği gibi söz konusu kişilerin hayatını karartabilmektedir.

Gizli kamera kullanımı pek çok ülkede etik dışı kabul edilerek onaylanmamaktadır. 1971 yılında imzalanan Münih Şartı'nın dördüncü ve beşinci maddelerinde “Haber, görüntü, fotoğraf ve belgeler elde etmek için yasadışı yöntemler kullanmamak, kişilerin özel hayatına saygılı olmaya kendini zorlamak” yer almaktadır³⁶⁸. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK), “gizli kamera, gizli mikrofon veya benzeri yöntemlerle yapılan çekimler ve tespit edilen ses kayıtları, ilgililerin izni olmadan yayınlanamaz” maddesiyle gizli kamera kullanımını yayıncının sorumlulukları arasında saymaktadır.

Amerikan Profesyonel Gazeteciler Derneği, gizli kameranın hangi koşullarda kullanılabileceğini şöyle belirlemiştir:

1. Elde edilecek enformasyon çok büyük bir öneme sahipse, yaşamsal bir kamu çıkarı söz konusuysa veya halkı önemli bir zarardan koruyacaksa,
2. Bu enformasyonu elde edebilmek için diğer tüm haber araştırma yöntemleri kullanılmışsa ve başarısızlığa uğranılmışsa,
3. Enformasyonun açığa çıkarılmasıyla önlenen zarar, bu yöntemle verilen zarardan daha büyükse.

Bu ilkelere göre, gizli kamera, araştırmacı gazetecilik ödülü kazanmak, rekabette öne geçmek ve büyük reyting yapmak, haberi zamandan ve paradan tasarruf sağlayarak elde etmek için kullanılamaz. Habere konu olan kişilerin yaptıklarının ahlaki olmaması, gazetecilerin ahlaki olmayan bir yöntemi kullanmasını haklı çıkaramaz. Washington Post gazetesinin editörlerinden Benjamin Bradlee, gizli kameralar ve ses kayıt cihazları kullanılarak yapılan bir habere Pulitzer ödülü verilmediğini ifade ederken, gerekçesini

³⁶⁷ Akın, a.g.e., s. 434.

³⁶⁸ Kapan, a.g.e., s. 137.

“dürüst olmayan yöntemlerle haber toplayanların dürüstlük adına savaştıklarının söylenemeyeceği” olarak açıklamaktadır³⁶⁹.

Gazeteciler gizli kamera kullanmadan, haberlerini toplayabilecek yöntemler oluşturmalarıdır. Gizli kamera kullanmak, gazeteciler için etik ilkelere uymamak anlamı taşımaktadır. Üstelik habere konu olan kişiyi tuzağa düşürerek gizli kamerayla görüntü almak, insanlara geri dönüşü olmayan zararlar verebildiği için, hem etik açıdan, hem de hukuksal açıdan izlenmemesi gereken bir yöntemdir.

³⁶⁹ İrvan, *Medya Etiği*

öğrenci olaylarının etkisiyle yayınlarını tamamen bitiren İTÜ, televizyon ile ilgili teknik donanımlarını TRT'ye devretmiştir³⁷³. İTÜ yayınlarında tiyatrolar, klasik müzik, Türk Sanat Müziği, Türk Halk Müziği, bale, sanatçı röportajları, şiir, belgesel, sağlık, eğlence, çocuk programları gibi pek çok türden programlar yayınlanmış ve halkın beğenisini kazanmıştır. İTÜ televizyonu pek çok teknik soruna rağmen, halka düzenli televizyon hizmeti sunmak için çaba sarf etmiştir³⁷⁴.

İTÜ televizyonu, sadece televizyon yayınlarını Türkiye'de başlatmakla kalmayıp, eleman yetiştirilmesine de hizmet etmiştir.

2. TRT'NİN KURULUŞU VE KAMUSAL YAYINCILIK DÖNEMİ

2.1. İlk Yıllar

Getirdiği hak ve özgürlükler bakımından Türkiye'nin en demokratik anayasası olarak kabul edilen 1961 Anayasası'nın radyo ve televizyonun örgütlenmesine ilişkin 121. maddesi uyarınca, 1 Mayıs 1964'te yürürlüğe giren 359 sayılı yasayla Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT) kurulmuştur³⁷⁵. Türkiye'de İTÜ'den sonra daha geniş kitlelere ulaşabilecek televizyon yayıncılığı, devletin yayın organı olan TRT yayını ile başlamıştır³⁷⁶.

Tüzel kişiliğe sahip özerk bir kamu iktisadi teşekkülü olarak kurulan TRT, 1968'de deneme yayınlarına başlamıştır³⁷⁷. 359 sayılı kanunun ikinci maddesine göre, TRT'nin görevleri şöyle sıralanmıştır:

- a. Radyo ve televizyonla haber hizmetlerini görmek; eğitici, kültür ve eğitime yardımcı, eğlendirici, yurdu içerde ve dışarıda tanıtıcı, yeterli, doğru ve tarafsız yayın yapmak;
- b. Yurdun gerekli yerlerinde yeni radyo ve televizyon tesisleri kurmak, bu tesisleri işletmek, mevcut radyo ve yayın tesislerini ihtiyaca göre geliştirip genişletmek;
- c. Radyo ve televizyon postaları arasındaki iş ve yayın ahengini sağlamak ve bu konuda gösterilen esaslar içerisinde milletlerarası teşekküller ve yabancı radyo ve televizyon kuruluşları ile

³⁷³ Aysel Aziz, *Türkiye'de Televizyon Yayıncılığının 30 Yılı* (Ankara: Türkiye Radyo Televizyon Kurumu Yayınları, 1999), s. 19.

³⁷⁴ Ali Kaptan, *1927'den Günümüze Anılarla Radyo-Televizyon* (İstanbul: Maltepe Üniversitesi Yayınları 2002), s. 28-29.

³⁷⁵ Beybin Kejanlıoğlu, *Radyo TV Yayıncılığı Siyaseti*, www.bianet.org, 16.04.2004, s. 5-6.

³⁷⁶ Uygur Kocabaşoğlu, "Radyo" *Türkiye Cumhuriyeti Ansiklopedisi*, Cilt 10, (İstanbul: İletişim Yayınları, 1985), s. 2732-2733.

³⁷⁷ Ece Saygun, "Türkiye'de Televizyon Haberciliği ve Etik Boyutları", *1. İletişim Kongresi Bildiriler Kitapçığı* (İstanbul: 1-3 Mart 2000), s. 321.

münasebetleri düzenlemek;

- d. Yayınların mümkün olduğu kadar geniş bir alanda en iyi şekilde yapılabilmesi için araştırmalarda bulunmak, tedbirler almak ve gerekiyorsa, kendi tesislerinde kullanılacak alet ve cihazlar üzerinde araştırma yapmak, bunları kısmen veya tamamen imal etmek ve bunun için gerekli tesisleri kurmak³⁷⁸.

TRT Kanunu kurumun tarafsızlığını bozabilecek bir yapıdan ve düzenlemeden kaçınmış, en yüksek karar ve yönetim organı olan Yönetim Kurulu'nun oluşumundan, Kurulun görevlerini yerine getirirken uymak zorunda oldukları durumlara kadar her noktada ilkeler getirmiştir. TRT'nin görevlerini yerine getirebilmesi için Yönetim Kurulu'nun uyması gereken ilkeler 359 sayılı Kanun'un 5. Maddesinde şöyle sıralanmıştır;

- a. Seçim kanunlarındaki hükümler saklı kalmak üzere tam bir tarafsızlık içinde halka hizmet edilmesini,
- b. Programların Anayasanın dayandığı temel görüş ve ilkelerle Cumhuriyet'in niteliklerini benimsetici ve bu görüş ilke ve niteliklere uygun düşünce ve davranış tarzını geliştirici bir zihniyetle ve Türk toplumunun çağdaş uygarlık seviyesine erişmesi amacıyla güden Atatürk devrimlerinin getirdiği dünya görüşü ile yaşama tarzını yerleştirici ve geliştirici bir tutumla hazırlanmasını,
- c. Haberlerin doğruluk, çabukluk ve çağdaş habercilik ilkelerine uygun olması ve kaynaklarının belirtilmesini,
- d. Siyasi yorum niteliğindeki yayınların çeşitli ve karşıt görüşleri içine alacak şekilde hazırlanması ve kaynakların belirtilmesini,
- e. Haberlerin ve yorumların birbirinden açık olarak ayrılmasını,
- f. Programların yetkili uzmanlarca hazırlanmasını ve fikir sanat, halk eğitimi ve toplum kalkınması bakımından yeterli olmasını,
- g. Radyo ve televizyon istasyonlarının teknik bakımdan gereken nitelikte çalışmasını gözetir.

Böylece Kurumun her türlü denetim dışında, Anayasanın kendisine verdiği görevleri kendi kanı ve görüşüne göre yapacak bağımsız ve tarafsız özerk bir organa sahip olması için çalışılmıştır³⁷⁹.

Yayınlarda ve haberlerinde hükümet bildirimleri, T.B.M.M. ile ilgili yayınlar, siyasi parti yayınları gibi konuların her biri ayrı maddelerle düzenlenmiş, haberlerin doğruluk, çabukluk ve çağdaş habercilik ilkelerine uygun olması, haber ve yorum ayırımının açıkça ortaya konması gibi konular da ayrıca belirtilmiştir. Mili güvenliğe dokunan hallerde, bir haber veya yayını yasaklama yetkisi Başbakan veya

³⁷⁸ Jale Sarmaşık, *Türkiye'de Radyo ve Televizyon Düzeni (1927-2000)*, (İstanbul: Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, 2000), s. 34-37.

³⁷⁹ Sıddık Sami Onar, *İdare Hukukunun Umumi Esasları*, Cilt 2 (İstanbul: 1996), s. 891.

görevlendirdiği bir Bakan'a verilirken, dış politikayla ilgili yayınlarda ve yurt dışı yayınlarda Dışişleri ve Turizm Bakanlığına denetleme ve tespit yetkisi tanınmıştır. Yine haberler ve diğer yayınlar yoluyla işlenebilecek suçlarda cevap ve düzeltme hakkı ve haksız fiillerden doğan sorumluluklar da kanun da ayrıntılı bir şekilde ele alınmıştır³⁸⁰.

TRT'nin kurulması ilk devlet televizyon yayını anlayışının temelini oluşturmuştur. İlk şehirlerarası naklen yayın 1971'de İzmir'de Akdeniz Olimpiyatları'nı verebilmek için gerçekleştirilmiş, daha sonra Eskişehir'den naklen yayın, Edirne'den paket program yayınları, 1972 Münih Olimpiyatları için radyolinklerle Ankara'ya bağlantı kurulması gibi gelişmeler birbirini takip etmiştir. Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı programında nüfusun % 80'inin televizyonun yayın alanına girmesi hedeflenerek, televizyon şebekesinin kurulmasına hız verilmesi öngörülmüştür. Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda ise, televizyon hizmetlerinin tüm yurtda izlenebilmesi için gerekli teknik desteğin sağlanması, personel eğitimine ağırlık verilmesi ve renkli televizyon uygulamasına geçilmesi amaçlanmıştır. Bu amaçlar çerçevesinde 1 Temmuz 1984 tarihinde renkli yayına geçilmiş, Ekim 1986'da yayın kanalı sayısı ikiye çıkarılmıştır. Bu gelişmeleri izleyiciye seçme hakkı tanınması esası doğrultusunda 2 Ekim 1990'da TRT-3 ve GAP TV, uydu teknolojisinden yararlanılarak yurt dışına yönelik yayın yapan TRT-INT , eğitim kanalı olması planlanan TRT 4 takip etmiştir³⁸¹.

Batılı ülkelere kıyasla Türkiye'de televizyon yayınları geç başladığı halde, gereken hazırlıkların tamamlanmadan yayınlara geçilmesi, uzantıları yıllarca süren bir çok sorunun temel neden olmuştur. Televizyon yayını için bütçe ayrılmamış olması, araç gereç eksikliği, eğitilmiş personel yokluğu gibi pek çok eksikle yola çıkılmış olmasına rağmen, halkın büyük ilgisi ile karşılaşmıştır³⁸².

1961-1974 döneminde TRT, yasal olarak tanınan özerkliğe rağmen, uygulamada siyasal iktidarın çeşitli biçimlerdeki baskılarına maruz kalmış, kimi zaman hesap işlerinde, kimi zaman personel atamalarında engellemeler ve geciktirmelerle karşılaşmıştır³⁸³. Daha çok yayıncılığı uygulayarak öğrenme devresi şeklinde geçen bu ilk yıllarda, özerklik kavramına sarılan TRT çalışanları, zamanın iktidar partisi olan

³⁸⁰ Sarmaşık, a.g.e., s. 46-49.

³⁸¹ Sarmaşık, aynı, s. 22-25.

³⁸² Turam, a.g.e., s. 293.

³⁸³ Hıfzı Topuz ve Diğerleri, *Yarımın Radyo ve Televizyon Düzeni: Özgür, Özerk ve Çoğulcu Bir Alternatif* (İstanbul: TÜSES ve İLAD Yayınları, 1990), s. 95-98.

Adalet Partisi tarafından sürekli eleştirilere ve baskılara maruz kalmış, özerkliği aleyhinde kampanya başlatılarak kamuoyu oluşturulmaya çalışılmış, TRT hep hedefte tutulmuştur³⁸⁴.

2.2. 1970 Dönemi

1960'ların sonlarında, Uluslararası Para Fonu'nun Türkiye'nin dış ticaret politikası üzerindeki baskıları, artan öğrenci protestoları, hükümet krizi gibi gelişmeler 1971 Muhtıra'sını getirmiş, parti üstü hükümetler dönemi başlamıştır³⁸⁵. 1971 Muhtırası'ndan kısa bir süre sonra TRT Genel Müdürü görevinden ayrılmış, yerine TRT'nin kuruluş yönetmeliğine aykırı bir biçimde vekil atanmıştır. 20 Eylül 1971'de Anayasa'nın 121. maddesi değiştirilerek TRT'nin özerkliğine son verilmiş, "tarafsız bir kamu tüzelkişiliği" olarak değiştirilmiş ve böylece hükümetin TRT'ye müdahalesi yasal bir zemine taşınmıştır. 29 Şubat 1972'de 1568 sayılı yasa ile TRT yasasında değişiklikler yapılmış, milli kültür, milli gelenekler, milli güvenlik, milli eğitim gibi kavramlar ön plana çıkarılmış, yönetim kurulu ve genel müdür atamaları değiştirilerek, TRT üzerinde hükümetin doğrudan kontrolü sağlanmıştır. Böylece siyasal iktidar el değiştirdikçe genel müdür değişimleri, genel müdür değiştikçe kadroların değişimleri, yayın yasaklarının söz konusu olduğu bir döneme girilmiştir³⁸⁶.

Özerkliğin kaldırılmasına karşı çıkan İsmet İnönü'ye cevaben konuşan Süleyman Demirel özerkliğin kaldırılmasını savunmuş ve "TRT'nin her istediğini özerklik zırhına bürünerek dilediği şekilde yapabilmesi ortadan kalkmaktadır. Bu suretle devlet radyosu ve televizyonu devletin emrine girmektedir" demiştir. Özerkliğini kaybeden TRT'de artık programlar daha çok halkın eğlendirilmesine ve oyalanmasına yönelik olarak seçilmiş, karışık ve zor bir dönem geçiren ülkenin sorunları üzerine düşünmeye yöneltecek yayınlardan özellikle kaçınılmıştır. Spor programları da ekranda ağırlıklı olarak yer almaya başlamıştır. TRT elemanlarının daha önce yaptıkları programlarla ilgili soruşturmalar, yasaklamalar devam etmiştir. Haberlerde taraflı davranıldığı, sıkıyönetim mahkemelerindeki davaların iddianameleri uzun uzun yayınlanırken, sanıkların savunmalarına ve beraat kararlarına yer verilmediği, radyo haberleri ile

³⁸⁴ Turam, a.g.e., s. 297-300.

³⁸⁵ Mete Tunçay, "Siyasal Gelişmenin Evreleri" Türkiye Cumhuriyeti Ansiklopedisi (İstanbul: İletişim Yayınları, 1985), s. 1986.

³⁸⁶ Kejanlıoğlu, a.g.e., s. 7.

televizyon haberlerinin aynı olduğu ve gereksiz ayrıntılarla uzun ve sıkıcı hale getirildiği gibi eleştiriler artarak devam etmiştir³⁸⁷.

1974-1975 yıllarında TRT Genel Müdürlüğü'ne İsmail Cem getirilmiş, ancak göreve geldiği ilk günden itibaren muhalefetin yoğun eleştirilerine maruz kalmıştır. Cem, "TRT'de 500 Gün" adlı kitabında, göreve geldiği sıralardaki TRT Haber Dairesi'nin başarısız bir habercilik yürüttüğünü belirterek şöyle demektedir:

"Haberlerde özellikle televizyon en basit Ankara kulislerine alet edilmiş, en olmadık işlere bulaştırılmıştı. Faruk Fűrler'i Cumhurbaşkanı seçtirmek için haberlerde uzun uzun yayınlanan ilginç törenler, 14 Ekim seçim gecesinde yapılan gazetecilik gafları ve kasıtlı yorumlar, 12 Mart'ta sanık olanı suçlu gösterme çabaları, haber yöneticilerinin yakın olduğu politikacılara haberlerde sık sık yer verilmesi, televizyon haberlerinin egemen sınıfın bir aracı olarak yönetilmiş olması zihinlerden silinmiyordu.... TRT'nin görevi belli bir görüşü halkoyuna kabul ettirmek değil, bütün görüşleri yansıtarak halkoyunun serbestçe oluşumuna yardım etmektir. TRT'nin habercilik işlevi olaylara bakış açısında başlıca ölçülerden biri olacaktır. Değişen ve gelişen Türkiye'ye ancak gazeteciliğin hızıyla yetişebileceğiz. TRT'nin görevi, bütün Türkiye için çok önemli bir kültür ve haber aracı olmaktır. Benim gerçekleşmesine çalışacağım görev budur"³⁸⁸.

Cem, TRT Haber Merkezi'yle özellikle ilgilenmesine, bir takım yenilikler getirmeye çalışmasına rağmen, hem sağ hem de sol kesimden gelen eleştiri ve baskılara maruz kalmış, Kıbrıs'a yapılan çıkarma ile ilgili haberler tam bir özgürlük içinde verilmesine karşın, başarısız oldukları ileri sürülerek, yoğun karşıt kampanyalar sonucu 12 Mayıs 1975'te görevden alınmıştır. Cem'in görevden alınması pek çok protestolara ve tartışmalara yol açmış, yeni genel müdür atanmasında kargaşalar yaşanmış, TRT belirsiz ve kararsız bir dönem geçirmiştir. Yeni atanan Genel Müdür Nevzat Altıntaş da, hedefinin TRT'yi siyasetin dışına çıkarmak olduğunu açıklamasına rağmen, siyasetçilerin hedefi olmaktan kurtulamamıştır. Birbirini takip eden görevden almalar ve yeni genel müdür atamaları ile yaşanan karmaşanın, ülkedeki siyasi karışıklığın TRT'deki yansımaları olarak değerlendirilmesi mümkündür. Kısacası, TRT 70'li yılları siyasilerin elini bir türlü çekmediği bir kurum olarak eleştiriler ve baskılarla geçirmiştir³⁸⁹.

2.3. 1980 Dönemi

1970'ler, Kıbrıs sorunu, koalisyon hükümetleri ve siyasal iktidarsızlık, artan şiddet olayları ve 1977'den itibaren ekonomik kriz yılları olmuş, 1980 yılında 24 Ocak Kararları ve ardından gelen 12 Eylül askeri müdahalesi ile önemli bir süreç başlamıştır.

³⁸⁷ Turam, a.g.e., s. 300-309.

³⁸⁸ İsmail Cem, *TRT'de 500 Gün* (İstanbul: Gelişim Yayınları, 1976), s. 31.

³⁸⁹ Turam, a.g.e., s. 315-378.

12 Eylül 1980'den Kasım 1983'te yapılan genel seçimlere kadar olan askeri yönetim döneminden TRT de tümüyle etkilenmiş, doğrudan askeri rejimin kumandası altına girdiği yönünde suçlanmıştır³⁹⁰.

Toplumda sürekli artan terör olaylarına rağmen, TRT'nin anarşi ve terör olaylarını az ve kısa vermesi, bazı olayları hiç vermemesi, haberlere sansür uygulamaları, siyasilerin baskıları derken gelen 12 Eylül 1980 darbesi ile TRT'nin yayınları askeri yönetimin emrine girmiştir. Darbeden sonra askerlerin hazırladıkları üç günlük program yayına girmiş, askeri marşlar, konuşma metinleri, politikacıları suçlayan konuşmalar ekranlara hakim olmuştur. TRT Genel Müdürü Doğan Kasaroğlu'nun darbeye karşı takındığı olumlu tutumu göz önünde bulunduran generaller, diğer programlar için Kasaroğlu'na sorumluluğu bırakmakla birlikte, TRT'de danışman ve gözlemci olarak bir tümgeneral görevlendirmişlerdir. Yasaklı kelimeler, şarkılar, programlar gibi askeri yönetimce uygulanan sansürün etkileri haberlerde daha net bir biçimde hissedilmiştir³⁹¹.

1980 askeri müdahalesinden sonra çıkarılan 1982 Anayasası'nda radyo televizyon yayıncılığında yeni düzenlemeler yapılmıştır. 11 Kasım 1983 'de 2954 sayılı kanunla Radyo Televizyon Yüksek Kurulu (RTYK) kurulmuş, tüm radyo ve televizyon yayınlarına yeni düzenlemeler getirilmiştir. Genel Müdür atamaları, bütün yayınların gözetimi ve denetimi ile genel ilkeleri saptamak görevi RTYK'na verilmiştir. Kurulun üzerinde ise açıkça hükümetin etkileri görülmüştür. Kurulun bütçesi, personeli, binası ve diğer olanakları hükümet tarafından karşılandığından, kurulun yansız davranması sağlanamamıştır³⁹². 2954 sayılı kanununun 18. maddesinde TRT Kurumu, hükümet bildirimlerini yalnızca hükümeti bağlamak koşuluyla yayınlamakla yükümlüdür ifadesi yer almıştır. Olağanüstü haller ile sıkı yönetim, seferberlik ve savaş durumlarında hükümet konuşmalarını yayınlamakla yükümlü sayılmıştır. Bu durum, TRT'nin haberlerine yerleşmiş olan 'protokol haberciliği' yapısı ile çok net biçimde görülebilmıştır³⁹³. 2954 sayılı kanunda "hükümet uygulamalarının halka tanıtılması"na ilişkin 19. maddenin uygulanış biçimi, yayınların iktidar partisinin propagandasına

³⁹⁰ Kejanlıoğlu, a.g.e., s. 8.

³⁹¹ Turam, a.g.e., s. 382-386.

³⁹² A. Oğuz Ünlüer, "Türkiye'de Televizyon Yayıncılığı Tarihine Analitik Bir Yaklaşım", **Kurgu Dergisi**, Sayı:17, Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Yayınları No: 38 (Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Basımevi, 2000), s. 49.

³⁹³ Özden Cankaya, "Türkiye'de Radyo ve Televizyon Yayıncılığının Yasal Gelişimi", **2000'li Yıllara Doğru Türkiye'de TV**, Der: Emir Turam. (İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi, 1996), s. 70.

dönüştüğü tartışmasını daha çok artırmış, hükümet yanlısı yayınlar, kadrolaşma, yayın yasakları döneme darbesini vurmuştur³⁹⁴. Yasanın 23. maddesi ile, hükümete yayın men etme yetkisi verilmiştir. “Başbakan veya görevlendireceği bakan, milli güvenliğin açıkça gerekli kıldığı durumlarda bir haber veya yayını menetmeye yetkilidir” maddesi, haberin ya da yayının men edilmesinin yoruma açık bir nedene dayandığı ve basın özgürlüğünü zedelediği yolunda eleştiriler almıştır³⁹⁵.

Bu dönemde banka reklamlarının yasaklanması, uygulanan yayın yasaklarına çarpıcı bir örnektir. Yüksek faiz almak için parasını bankerlere yatıranların paralarını bankerlere kaptırmaları üzerine, televizyonda paraların ödendiği yolunda yapılan programlara rağmen, paralarını alamayan kişiler, TRT’yi yalan haber yapmakla suçlamışlardır. En güçlü banker olarak görülen ve ödeme yapmaya devam eden Banker Kastelli’nin de iflas ederek yurt dışına kaçmasıyla, kamuoyunda büyük bir panik yaşanmasına rağmen TRT’de bu konuda bir habere rastlanmamış, reklamını yayınlayarak halkı etkilediği halde, haberini vermekten kaçındığı suçlamalarına hedef olmuştur. Bu olaydan sonra Kenan Evren’in isteği üzerine banka reklamlarına TRT’de yer verilmeme kararı alınmıştır. TRT bu karar nedeniyle bankalara 150 milyon TL. geri ödeme yapmak zorunda kalmıştır³⁹⁶.

1983 seçimleri öncesi Türk siyasi tarihinde ilk defa bütün parti liderlerinin seçim tartışması için bir arada katılacağı açık oturum 22 Ekim’de canlı ve renkli olarak yayınlanmış, açık oturum sonrası yapılan kamuoyu araştırmasında “açık oturum karar vermenize ve oyunuzu belirlemenize yardımcı oldu mu?” sorusuna % 57.3 evet cevabı verilmiştir³⁹⁷.

Seçimlerden zaferle çıkan Anavatan Partisi’nin başkanı Turgut Özal, Başbakan olur olmaz televizyon yayın saatlerinin uzatılacağını söylemiştir. Özal’ın 31 Ocak’ta televizyonda 20 dakika süren ve icraatlarını anlattığı konuşması, iktidar partisine ayrıcalık tanındığı, propaganda imkanı verildiği yolunda eleştirilmiş, bunu diğer “İcraatın İçinden” programları izlemiş, muhalefet partileri defalarca kere haksızlığın giderilmesi isteğiyle yargıya başvurmuşlardır. Hükümet faaliyetlerinin tanıtılmasına

³⁹⁴ Kejanlıoğlu, a.g.e., s. 9.

³⁹⁵ Cankaya, 1997, s 42-43.

³⁹⁶ Turam, a.g.e., s. 387-388.

³⁹⁷ Turam, a.g.e., s. 392.

olanak sağlayan TRT Yasası'nın 19. maddesinin yürürlükten kaldırılmasını öngören yasa önerisi, TBMM'de ANAP'lıların oylarıyla reddedilmiştir³⁹⁸.

1 Temmuz 1984'de renkli yayına geçen ve kanal sayısını artıran TRT, bu yıllarda ortaya çıkan özel yapım şirketlerinin TRT dışında hazırladıkları yapımlara ve sponsorlu programlara yer vermeye başlamıştır. Bu yapım şirketleri, sonraki yıllarda özel televizyonlar için gerekli şartları sağlarken, TRT'nin tecimsel bir yapıya doğru gittiğinin de göstergeleri olmuşlardır³⁹⁹.

80'li yıllarda, Türkiye'de video kasetlerin ortaya çıkışıyla, izleyiciler TRT'ye alternatif bir izleniş bulmuşlar, 80'lerin ikinci yarısında ise, uydu antenleri ile tanışmışlardır. Böylece, Amerika, Almanya, İtalya, İsrail gibi çok değişik ülkelerden yayınları izlemeye başlamışlardır. Örneğin İran-İrak Savaşı'nın en kanlı döneminin yaşandığı 80'lerin sonunda, uydu yayınlarıyla naklen idam ve işkence görüntülerini bile izlemiş olan Türk izleyiciler, bir taraftan da CNN'den dünyanın dört bir tarafından haberleri izleyerek, yabancı kanallardaki film ve şovları görme fırsatı bulmuşlardır. Kısacası TRT'nin egemenliği yavaş yavaş kırılmış, bilgi ve görüntü bombardımanı yazılı basının da özendiriciliğiyle özel televizyon kanalları beklentilerinin arttığı bir dönem başlamıştır⁴⁰⁰.

Halkın beklentilere girdiği bu dönemde Başbakan Özal'da TRT'nin yayınlarını beğenmediğini belirten konuşmalar yaparak, özel televizyonların yayına girişini cesaretlendirici adımlar atmıştır⁴⁰¹. Yine aynı günlerde Radyo Televizyon Yüksek Kurulu üyesi Ali İhsan Göğüş'ün, siyasi partilerin ve ideolojik amaçlı grupların TRT'yi ele geçirme gayreti yüzünden TRT'ye yapılan eleştirilerin arkasının kesilmeyeceğini belirterek "dağdaki çoban bile TRT'yi eleştiriyor" diyerek yaptığı açıklama, TRT'nin içinde bulunduğu durumu çok açık bir şekilde ortaya koymuştur⁴⁰².

Aralık 1988'de PTT Ankara'da kablolu TV deneme yayınlarına geçmiş, 1989'da TRT vericilerinin personeli ile birlikte PTT'ye devredilmesi konusu gündeme gelmiş, ardından belediyeler uydu yayınlarını halkın izlemesine olanak tanımışlardır. Bu

³⁹⁸ Turam, a.g.e., s. 396-400.

³⁹⁹ Korkmaz Alemdar ve Raşit Kaya, **Radyo-Televizyonda Yeni Düzen: Dünya Deneyi ve Türkiye'deki Arayışlar**, (Ankara: TOBB Yayınları, 1993),

⁴⁰⁰ Emre Dağdeviren, "Özel Televizyonculuğumuzun Gelişiminin Teknik Süreci" **2000'li Yıllara Doğru Türkiye'de TV**, Der: Emir Turam. (İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi, 1996), s. 57-58.

⁴⁰¹ Turam, a.g.e., s. 408.

⁴⁰² Turam, a.g.e., s. 413.

gelişmeler yasal olarak TRT'ye ait olan yayın tekelinin kırılmasına ve özel radyo-televizyonların gündeme gelmesine neden olmuştur⁴⁰³.

2.4. 1990'dan Günümüze Kadar Olan Dönem

PTT tarafından başlatılan kablolu TV yayını TRT ile anlaşmazlığa düşülmesine yol açmış, yayınların TRT'nin tekelini ihlal edici nitelikte olduğunu söyleyen Televizyon Yüksek Kurulu, PTT'nin yayını durdurmaması halinde savcılığa suç duyurusunda bulunulacağını belirtmiştir. Kısa bir süre içinde anlaşmaya varılarak yayınların ortak yapılacağı açıklanmıştır. Ayrıca Cumhurbaşkanlığı'na bağlı Devlet Denetleme Kurulu'nun bir sene süren incelemesi sonucunda, 25 yıllık tarihinde ilk kez denetlenen TRT'de tarafsızlık ilkesine uyulmadığı, partizanlık yapıldığı, keyfi personel alımında bulunulduğu, bir çok yolsuzluk ve usulsüzlüğün yapıldığı öne sürülmüş, Genel Müdür Tunca Toskay ve diğer yetkililer hakkında soruşturma açılması istenmiştir. 10 Kasım'da ise Televizyon Yüksek Kurulu TRT'yi laiklik ve tarafsızlık konusunda daha dikkatli davranması için uyarmıştır⁴⁰⁴.

Turgut Özal'ın Cumhurbaşkanı olmasıyla, eşinin ve kendisinin televizyonda tüm diğer partilerden çok yer aldığı eleştirileri artarak devam etmiştir. Millet Meclisi'nden canlı yayınlar başlamış, kanal sayısının artması sonucu evlerdeki televizyon sayıları artmıştır. Özal'ın yeşil ışık yaktığı özel televizyon yayıncılığına karşı çıkışların devam etmesine rağmen, bu dönemde Star 1'in yayına başlamasıyla tartışmalar iyice alevlenmiştir. Star 1 futbol kulüpleriyle anlaşarak maç yayın haklarını satın almış, böylece halkın çok izlediği bir konuda TRT'yi arkada bırakarak öne geçmeyi başarmıştır⁴⁰⁵.

Star 1 TRT personelinden yüksek ücretlerle transferler yaparak, TRT'nin reklam gelirlerini kendine çekerek, çanak anten firmalarıyla kampanyalar düzenleyerek ve renkli bir yayıncılık anlayışı sergileyerek TRT'ye ciddi bir rakip olmuş, TRT'nin hem personel kaybına hem de mali krize girmesine neden olmuştur⁴⁰⁶.

⁴⁰³ Kejanlıoğlu, a.g.e., s. 9.

⁴⁰⁴ Turam, a.g.e., s. 450-451.

⁴⁰⁵ Turam, a.g.e., s. 456-458.

⁴⁰⁶ Bülent Çaplı ve Can Dünder, "80'den 2000'lere Televizyon", Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi-Yüzyıl Biterken, Cilt 15, (1995) s. 1376-1386.

Güney Doğu Anadolu'da yaşanan terör olaylarının verilmesinde ve Körfez Krizi'ndeki tutumunda da ağır eleştirilere uğrayan TRT'nin, Kamoy şirketinin yaptırdığı araştırmalara göre haberlerinin yüzeysel, yanlı ve yetersiz bulunduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Halkın beğenisinin giderek azaldığı ve ilgisinin Star 1'e kaydığı açıkça ortaya çıkmaya başlamıştır⁴⁰⁷.

TRT gelişmeler karşısında tam bir strateji belirleyemeyip, zaman zaman rating endişesiyle, zaman zaman ise kamu hizmeti yayıncılığı yaklaşımıyla sanat, kültür, tarih içerikli yayınlar yapmaktadır. TRT'nin siyasi iktidarın etkisinden kurtulması mümkün olamamış, halkın menfaat ve haklarını devlete karşı koruma, halkın mesajlarını topluma ulaştırma görevini, dış ilişkilerin ve çıkarların geliştirilmesine etkin katkıda bulunacak bir yayın politikasını aktif hale getirememiştir⁴⁰⁸. Dönemin genel müdürleri, özel televizyonlarla rekabete girilmeyeceği yolunda açıklamalar yapmış, hiç olmazsa haberlerinde yapabileceği bir takım resmi ve kuru kalıplardan kurtulma, daha izlenebilir bir düzeye getirme gibi olumlu adımlar atmaya düşünmemiştir⁴⁰⁹.

TRT Genel Müdürlüğü de yapmış olan Cem Duna, TRT'nin içinde bulunduğu durumu değerlendirirken, Batılı ülkelerde yayıncılık standartlarının arz-talep ve o toplumun kültürel yapılanmasıyla tayin edildiğini, böyle olunca da bir taraftan ticari ve eğlenceli amaçlara şartlanan popülist yayıncılık biçimi, diğer yandan izleyicinin yüksek beğenisine hitap edecek kaliteli, eğitici fakat popülist ya da eğlenceli olamayabilecek bir yayıncılık biçiminin uygulandığını ifade etmektedir. Bu modelde özerk kamu yayıncılığı ile ticari özel yayıncılar arasındaki rekabet dengesini oluşturmaktadır. Duna Türkiye'de yaşanan durumu şöyle açıklamaktadır:

“Oysa Türkiye’de TRT, çağımızda kabul gören özerklik kavramından oldukça uzaktır. Bilhassa mali kaynaklarının hükümetler tarafından denetim altında tutulabilmekte oluşu, Anayasal güvenceleri anlamsız kılmakta, diğer yandan Anayasal güvenceler ve TRT Yasası, yayıncılıkta neyin yayınlanabileceği anlayışını yansıtmaktadırlar. Sonuçta özel TV’ler alabildiğince, hiçbir kural tanımadan yayın yapabilirken, TRT sıkıcılığın simgesi haline gelmekte, dolayısıyla rekabet belirli bir kalitenin oluşumunda veya sağlıklı bir dengeye ulaşmakla sonuçlanmamakta, tersine rekabet, seviyesizlikle rekabet haline gelmektedir. Dahası, belki de Türk toplumunun eksikliğini duyduğu en önemli unsurlardan biri olan inandırıcılık tümüyle ortadan kalkmaktadır. Gerçekten de bugün hemen hiçbir şekliyle habercilik inandırıcı olmamakta, genel bir şüphecilik, güven krizi yaşanmaktadır.

⁴⁰⁷ Turam, a.g.e., s. 461-462..

⁴⁰⁸ Tunca Toskay, “Türkiye’de Elektronik Medyanın Gelişimi, Bazı Tespitler ve Düşünceler”, 2000’li Yıllara Doğru Türkiye’de TV, Der: Emir Turam. (İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi, 1996), s. 39-40.

⁴⁰⁹ Mahmut Tali Öngören, “Yeni Düzen mi, Düzensizlik mi?”, 2000’li Yıllara Doğru Türkiye’de TV, Der: Emir Turam. (İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi, 1996) s. 118-119.

Oysa tam anlamıyla özerk olabilen bir TRT işte bu güven boşluğunu, kalite eksikliğini giderebilecektir. Altyapısı ve donanımı bu iki unsuru da gerçekleştirebilecek yeterliliktedir. Bu sağlanabildiği takdirde hem ihtiyaca cevap verebilecek, hem de özel televizyon yayıncılığının belirli bir kalite düzeyinin altına düşmemesi hususunda etkili olabilecektir”⁴¹⁰.

Önceleri bağımsız ve uluslararası normlara uygun bir kamu yayıncılığı yapma ilkesiyle yola çıkan TRT, sonraları protokol haberciliğine dönüşmekle ve iktidar partisi yanlısı olmakla suçlanır hale gelmiştir. Haberleri sunuşundaki formallikle, haber metinlerindeki resmilikle, uzun ve sıkıcı haber bültenleriyle eleştirilen TRT'nin haber yapısından sonra, seyirci 1990 yılından itibaren özel televizyon kanallarının yayına başlamasıyla birlikte farklı bir televizyon haberciliği yapısı ile karşılaşmıştır.

3. ÖZEL TELEVİZYON YAYINCILIĞININ BAŞLAMASI

3.1. Başlangıç Dönemi

Tüm dünyada iletişim uydularıyla yayın yapılmaya başlanması ve bu yayınların Türkiye’den de izlenebilmesi, Türk izleyicilere seçenek şansı tanımış ve girişimcilerin harekete geçmesine zemin hazırlamıştır. Özel televizyon kurmaya yönelik ilk girişimler 1987 yılına rastlarken, tekelin dışına çıkılması, tarafsız ve doğru bilgilerin alınacağı yayınların oluşturulması, bu girişimlerin gelir kaynağı olarak algılandığı tartışmaları yaşanmaya başlamıştır. Tartışmaların ve bir takım girişimlerin gündemde olduğu günlerde, dönemin Başbakanı Turgut Özal’ın 1990 yılının başında Amerika Birleşik Devletleri’ne yaptığı bir gezi sırasında, yurt dışından yayın yapmaya engel bir durumun olmadığını açıklayarak, özel radyo ve televizyon yayınlarına olanak tanınacak Anayasal değişikliklere sıcak bakması, girişimcileri harekete geçirmiştir. Böylece Anayasanın 133. maddesine rağmen, devlet tekeli kırılarak, uydu yayın sistemiyle, yurt dışından (Almanya’dan) yapılan Magic Box’ın Star 1 kanalının yayınları başlamıştır⁴¹¹.

Star 1’in yabancı bir televizyon kanalı olmadığı kısa sürede anlaşılmıştır. Zira yayınlarında Türkiye’den haber ve görüntüler veriyor, siyasi parti temsilcilerini ekran çıkarıyor, hükümet yetkililerinin demeçlerini ve lig maçlarını naklen yayınlıyordu. Yayınların başlamasıyla, kanalın ve yayınlarının meşruluğu tartışmaları da başlamış ve

⁴¹⁰ Cem Duna, “Küresel Yayıncılıkta Gelişmeler, Türkiye’de TV Yayıncılığı ve TRT”, 2000’li Yıllara Doğru Türkiye’de TV. Der: Emir Turam. (İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi, 1996), s. 63-64.

⁴¹¹ Sarmaşık, a.g.e., s. 113-114.

bazı hukuksal sorunlar da ortaya çıkmıştır⁴¹². Radyo Televizyon Yüksek Kurulu, Anayasa ve hukuka aykırılık iddialarıyla Star 1'e karşı girişimlerde bulunmuş, bu girişimleri, daha sonra siyasi partilerin seçim yasaklarının çiğnendiği iddiasıyla Yüksek Seçim Kurulu'na yaptıkları başvurular izlemiştir. 1991 genel seçimleri öncesi Star 1'in genel seçimlerle ilgili reklam ve haberlerinde gerçeklere uymayan yayınları, bu yayınlarda PTT'nin de aracı olarak kullanıldığı, böylece Anayasa ve kanunlara aykırı bir biçimde devlet olanaklarının bir parti lehine kullanıldığı ve yayınlarının durdurulması için başvurular üzerine, PTT Star 1'e verilen bütün hizmetleri durdurma kararı almıştır. Ancak çanak antenle de izlenebilen Star 1, daha sonra yurt içine yasal olmayan bir şekilde vericiler dikmiştir⁴¹³.

Star 1 Batı'da örneği görülen tüm özel kanallarda olduğu gibi reklam gelirinden kaynak sağladığından, reklam gelirlerini ve dolayısıyla izleyici sayısını her geçen gün artırmaya yönelik çalışmalar yapmış ve çabalarının karşılığını kısa sürede almaya başlamıştır. TRT'nin uymak zorunda olduğu yasa ve kurallara uymak gibi bir kısıtlaması da olmadığından dilediği gibi yayın yaparak, TRT'den izleyici çekmeyi başarmıştır⁴¹⁴.

Star 1'in izleyici çekmesi, yayınlarının çekiciliğinden kaynaklanmayıp, TRT'nin yayınlarının aşırı denetimli, sansürlü, kuru ve yavan oluşundan sıkılan izleyicilerin, Star 1'in denetimsiz ama bir o kadar saçma sapan, düzensiz, kalitesiz programlarına, yanlı olmasına rağmen haberlerine ilgi göstermelerinden kaynaklanmıştır⁴¹⁵.

Star 1'in yayınlarını aynı şirkete ait Teleon, Show TV ve şifreli bir kanal olan Cine 5 izlemiştir. Star 1'in gösterdiği başarı özel televizyon yayıncılığı alanına yatırım yapmak isteyenleri harekete geçirmiş, Flash TV, HBB, Kanal 6, TGRT, ATV, Kanal D, Samanyolu ve Kanal 7 1991-1995 yılları arasında yayına girmişlerdir. Böylece, Anayasal olarak devlet tekeli sürerken, yasal olmayan bir fiili durum yaşanmaya başlanmıştır⁴¹⁶. Bu kanalların tümü personel ihtiyaçlarını TRT'den transferler ile karşılamışlar, TRT'den bir kopuş yaşanmasına neden olmuşlardır⁴¹⁷.

⁴¹² Erol Mutlu, *Televizyon ve Toplum* (Ankara: TRT Yayını, 1999), s. 66.

⁴¹³ Sarmaşık, a.g.e., s. 114.

⁴¹⁴ Dağdeviren, a.g.e., s. 58.

⁴¹⁵ Öngören, a.g.e., s. 114.

⁴¹⁶ Sarmaşık, a.g.e., s. 114-115.

⁴¹⁷ Dağdeviren, a.g.e., s. 60.

Önceleri yurt dışından yayın yaparken, daha sonra Türkiye içine vericilerini yerleştiren Star 1 ve onu izleyen diğer özel kanallar, yasadışı korsan yayın yapar duruma gelmişlerdir, yetkililerin uzun süre ilgisiz kaldığı bu dönemde, istedikleri türde yayınlarla ve reklamlardan elde ettikleri vergisi ödenmeyen gelirlerle gelişip büyüyerek, yasadışı büyük bir sermaye tekeli oluşturmuşlardır⁴¹⁸.

Özel televizyon kanallarının kendi kurallarını kendilerinin belirlediği bu dönem 13 Mart 1994 tarihinde 3984 sayılı yasanın çıkarılmasına dek sürmüştür. Yasa, özel radyo ve televizyon kuruluşlarının anonim şirketler olarak kurulmasını emrettiği ve sivil toplum örgütlerinin radyo televizyon kurmalarını yasakladığı için, özel radyo televizyon yayıncılığı bir ticari etkinlik biçiminde gelişerek, ulusal boyutta yayın yapan kanalların az sayıda holdingin elinde toplanmasına ve böylece özel yayıncılık alanında da bir tekelin oluşmasına neden olmuştur⁴¹⁹.

Yayıncılık alanında faaliyet gösteren Medya Holding, Doğan Holding, Rumeli Holding ve İhlas Holding'in bankacılık dahil olmak üzere bir çok ticari alanda da etkinlik göstermeleri, medyayı rakiplerine, politikacılara ve kendilerine karşı olabilecek herkese karşı bir silah olarak kullanma eğiliminde oldukları, yayıncılıktan diğer ticari alanlara oranla daha az kazanmalarına rağmen, ellerindeki medya gücünü diğer alanlarda avantajlar elde etmek için kullandıkları görüşleri dile getirilmeye başlanmıştır⁴²⁰.

3.2. Televizyon Haberciliğinde Yaşanan Değişim ve Etik Sorunların Belirginleşmesi

Televizyon haberlerinin özel televizyonların çıkışıyla geçirdiği değişim önemlidir. Bu yapı, yayıncılığın bir kamu hizmeti olmaktan çıkıp, ticarileşmesi, haberlerin daha çok metalaşması, izleyicilerin müşterileşmesi ve sonuçta haberlerin içerik, üslup ve haber seçimi açısından büyük değişimler göstermesi ile kendini göstermiştir⁴²¹. İzlenme paylarını dolayısıyla gelirlerini artırmak amacıyla sergilenen rekabet, televizyona olan

⁴¹⁸ Öngören, a.g.e., s. 116.

⁴¹⁹ Ünlüer, a.g.e., s. 51.

⁴²⁰ Mustafa Sönmez, "Medya: Amaç Kar mı, Silah mı?", *Ekonomik Forum TOBB Aylık Dergisi*, (Ankara: Kasım-1995), s. 6.

⁴²¹ Şeker, a.g.e., s. 53-54.

inandırıcılığı ve güveni zedelemiş, bu güvensizlik beraberinde Türkiye’de de etik tartışmalarını gündeme getirmiştir⁴²².

TRT döneminin muhafazakar televizyon haberciliğinden sonra reyting yarışı içindeki özel televizyonların her yolu mübah sayan anlayışları hem meslek içinde aktif çalışanları hem de kamuoyunu rahatsız edecek boyutlara ulaşmıştır⁴²³. Bunun nedeni ise sadece ticari başarı amacı güden habercilik anlayışı başlangıçta izleyenlere renkli ve ilginç gelip izlenirken, sosyo-kültürel kimliği ile örtüşmediği zaman, toplumun büyük tepkisini çekerek beğenilmemesi olmaktadır⁴²⁴.

Kanal sayısının fazlaşmasına ve resmi habercilik anlayışından uzaklaşılmasına rağmen, özel televizyon haberciliği de kendi aralarında birbirlerinin benzeri olmaktan kurtulamamıştır. Çizgi ve dünya görüşleri birbirine yakın, tek düze, kullanılan dil ve görüntüden, haberi aktarış sıralamasına kadar tüm yönleriyle tek bir haber merkezinden yönetiliyormuş izlenimi veren bir habercilik sergilenmeye başlanmıştır. Bu durumda izleyici bir kanaldaki haberleri izlediğinde diğer kanallardaki haberleri izlemeye gerek görmemiş, aşağı yukarı aynı haberleri izleyeceğini bilir hale gelmiştir⁴²⁵.

Öngören, siyasal iktidarın etkisi altındaki TRT’den sonra, özel televizyonların da iş çevrelerinin etkisinin egemenliğinde olduğuna dikkat çekmektedir. Ortadan kalkan devlet tekeli yerine, çok para kazanma kaygısının yarattığı başka tekellerin kurulduğunu, üstelik bu yeni tekelci anlayışın, TRT’yi de etkileyerek kültürel, sanatsal ve eğitsel kaygılardan uzaklaştırdığını öne sürmektedir. TRT’nin siyasal iktidara hizmet eden bir kurum olmasının yanında, özel kanalların salt iktidara değil, herhangi bir siyasal görüşe ya da kişiye hizmet edebileceklerine, yeri geldiğinde desteklediklerini değiştirerek bir başka çevreyi destekleme yoluna girebileceklerini ifade etmektedir. Kimileri için çok seslilik olarak nitelendirilen bu durumun, gerçekte özel kanalların tümünden yanlı davranmalarına yol açan bir uygulamadan başka bir şey sayılmayacağını belirtmektedir⁴²⁶.

⁴²² Çaldağ, a.g.e., s. 169.

⁴²³ Uğur Dündar, “Etik” 1. İletişim Kongresi Bildiriler Kitapçığı (İstanbul: 1-3 Mart 2000), s. 426.

⁴²⁴ Erol Uyanık, “TRT ve Özel TV İmaj Yapıları” Kamera Dergisi, Haber Kameramanları Derneği Yayın Organı, Sayı: 7, (2000), s. 27.

⁴²⁵ Deniz Arman, “Şimdi Sizi Görüntülerle Baş Başa Bırakıyoruz”, 2000’li Yıllara Doğru Türkiye’de TV Der: Emir Turam. (İstanbul: Altın Kitaplar Yay. 1996), s. 217-218.

⁴²⁶ Öngören, a.g.e., s. 112-113.

Temelde Türkiye'de yaşanan etik sorunlar, dünyada yaşananlarla benzerlik göstermektedir. Çünkü küreselleşme ve beraberinde getirdiği yeni ekonomik düzen, kar etmeyi ve para kazanmayı tüm kuruluşlarda olduğu gibi televizyonların da önüne birinci amaç olarak koymuş, haber verme işlevinin yayın kuruluşunun kazanç gütmeyen kamu hizmeti olduğu ve itibar kazandıracağı düşüncesi geri planda bırakılmıştır⁴²⁷.

Özel televizyonlar da ticari kuruluşlar olmaları nedeniyle, kar elde etmeyi zorunlu bir öncelik olarak gördükleri için, haber seçimlerini sansasyonel olandan yana kullanmışlardır. Haberi daha çarpıcı hale getirmek için teknolojinin de yardımıyla, görüntüleri tekrar kurgulayarak, habere yorum katmışlardır. Ciddi politik haberleri bile magazinél bir üslupla verebilmiş, olayın özünden uzaklaşıp başka önemsiz ayrıntılarla içeriği doldurarak, haber verme işlevinin özüne aykırı davranmışlardır⁴²⁸.

Özel televizyonlar, ilk günden beri Amerikan televizyonlarını örnek alarak habercilik yapmış, müzik ve kurguyla süsleyerek haberi klipeştirmişlerdir. Amerikan televizyonlarından farkı, her habere ayrılan süre onlarda genellikle 45-90 saniye arasında değişirken, Türkiye'de 3-4 dakikaya kadar çıkabilmiş ve dolayısıyla haber bültenleri daha uzun zaman sürmüştür⁴²⁹. Amerikan televizyon haberciliğinin örnek alınması, etik sorunların da Amerikan televizyonculuğu ile benzerlik göstermesine neden olmuştur. Bu nedenle örnek olayların seçiminde Amerikan televizyonlarında yaşanmış olanların da ele alınmasında bir sakınca görülmemiştir.

Özel televizyon haberciliğinin izlenme oranını yükseltmek ve kar elde etmek üzerine kurulu renkli habercilik anlayışı, izlenilirliği sağlamayı başarmış olsa da, izleyicinin güvenini kazanmayı pek başaramamıştır. TRT tarafından 15 il ve bu illere bağlı ilçe ve köylerde yaşayan 14 yaş üzeri 2181 kişiyle, Ekim 1998'de yapılan kamuoyu araştırmasının sonuçlarına göre; televizyonların izlenme oranı şöyledir: KANAL D % 15.8, ATV % 15.1, INTERSTAR % 13.8, SHOW TV % 13.0, TRT 1 % 10.9, TGRT % 8.4, KANAL 7 % 3.0, KRAL TV % 3.9, NTV % 3.2, SAMANYOLU % 2.4. En çok izlenen program türü % 19.8 ile haberler olurken, TRT haberlerinin % 51.4 oranında izleniyor olması ve güvenilirlik oranlarında % 35.5 ile en güvenilen haberler

⁴²⁷ Uyguç, a.g.e., s. 217.

⁴²⁸ Serap Öztürk, "Televizyon Haberciliği ve Türkiye'deki Uygulamalar", *Yeni Türkiye Dergisi* Medya Özel Sayısı. Sayı No:12, (Kasım-Aralık 1996), s. 1097-1098.

⁴²⁹ Neşe Kars, "Televizyonda Sermaye ve Haber", *Yeni Türkiye Dergisi* Medya Özel Sayısı. Sayı No: 11, (Eylül-Ekim 1996), s. 510-511.

seçilmesi halkın özel televizyonların haberlerine bakışını ortaya koymaktadır. Özel televizyonların güvenilirlik oranları ise TRT'den epey gerilerde şöyle çıkmıştır: ATV % 14.5, KANAL D % 13.0, TGRT % 9.1, SHOW TV ve INTERSTAR % 6.6, KANAL 7 % 5.6⁴³⁰.

Televizyon haberlerinde özellikle özel televizyon haberciliğinde yaşanan bu güven sorununun temelinde etik değerlere gereken önemin verilmemesi ve haberciliğin ciddiyetinden uzaklaşılması yatmaktadır. Gerçek dışı haberler, siyasi ve ekonomik çıkar kaygılarıyla hazırlanan haberler, magazin ağırlıklı haberler televizyon haberlerine olan güveni sarsmıştır. TRT eski Genel Müdürü Tayfun Akgüner'de, ve Türkiye'de etnik kimlik, mezhep, inanç sorunu gibi sorunları televizyonun abartarak aktardığını, kamu düzenini bozucu ortam yarattığını ileri sürmektedir⁴³¹.

Birand ise, özel televizyonlara olumlu bir bakış açısı getirerek, özel televizyonların demokrasinin gelişimindeki olumlu etkisini vurgulamaktadır:

“özel kanallar olmasaydı, bugün ne doğru dürüst Kürt sorunu tartışılabilir, ne de devletin kabul etmediği görüşler yayınlanabilirdi... özel kanallara, her şeye rağmen koca bir bravo demek gerektiğine inanıyorum. Belki zaman zaman aşırılıklara gidiliyor, belki zaman zaman insanları rahatsız eden programlar yapılıyor ancak, sonunda yine kazançlı çıkan Türk toplumu oluyor...özel kanalların birbirlerini taklit etmek yerine, giderek belirli alanlarda uzmanlaşmalarını bekliyorum... özel TV'ler bu ülke için son derece sağlıklı birer demokrasi anıtıdır”⁴³².

Ticari televizyonların haber programlarında amaç, mümkün olan en geniş seyirci kitlesine ulaşmak için yapılacak şeyleri yapmaktır. Bunlarda; haber muhabirlerinden ünlü kişiler yaratmaya çalışmak, basında ve televizyonda reklam yapmak, izleyiciyi cezbedecek haber özetleri hazırlamak, mizah duygusu olan bir meteoroloji uzmanı ile bir parça argo kullanan bir spor spikeri bulmak, kısacası, bütün programı eğlence sektöründeki herhangi bir yapımcının tercih edebileceği türden bir yapıya sokmak⁴³³.

Türkiye'de kurumları kamuoyu adına denetlediğini iddia eden medya, kendi içindeki denetim mekanizmalarını tam olarak yerleştirememesi, demokrasi için büyük

⁴³⁰ TRT Radyo Televizyon Yayınları İzlenme Durumu Kamuoyu Araştırması, Ankara, 1998.

⁴³¹ Tayfun Akgüner, *Radyo-TV Yayın Sorunları Hakkında Türk-İtalyan Sempozyumu*, (İstanbul: İ.Ü.İ.F. Yayınları, 1995), s. 67.

⁴³² M. Ali Birand, “Televizyonların İyi Ve Kötü Yanları”, *2000'li Yıllara Doğru Türkiye'de TV Der: Emir Turam*. (İstanbul: Altın Kitaplar Yay. 1996), s. 98-99.

⁴³³ Postman, 1994, a.g.e., s. 118.

eksiklidir. Çünkü medyada etik demokrasilerde kutsal kavramlardan biridir ve toplum çıkarları için son derece önemlidir⁴³⁴.

Türkiye'de medyada etik anlayışında bir çifte standart söz konusudur. Bazı olay ve sorunlarda etik ilkeler yok sayılarak, o olaylarda etik tartışmalara girmek bile suç sayılmaktadır. Örneğin dış politika, sokak gösterileri, bazı kurum ve örgüt haberleriyle ilgili olaylarda istenildiği gibi haber yapılmaktadır ve bu tür haberlerde etik kurallara uyulması adeta medyadan beklenmemektedir. İnsan Hakları Derneği Genel Başkanı Akın Birdal 12 Mayıs 1998 tarihinde silahlı saldırıya uğramıştı. Bu saldırıdan önce medyada Akın Birdal, Şemdin Sakık'ın ifadelerinden hareketle adeta hain, PKK yanlısı ve işbirlikçisi olarak tanımlanmış, hedef haline getirilmiştir. Çünkü medya PKK terör örgütünün adı geçen her hangi bir olayda etik tartışma yapılmayacağı konusunda kendi içinde adı konmamış bir anlaşma zeminine sahiptir ve Akın Birdal'ı hedef alan haber ve yorumlarda etik ilkeleri rafa kaldırmak tartışmasız bir biçimde benimsenmiştir. Dış politikada da aynı durum söz konusudur. Ülke çıkarları, vatanseverlik gibi kavramlar öne sürülerek, etik ilkelere kolayca vazgeçilebilmektedir⁴³⁵.

Yine medyanın etik ilkelere uymaya gerek duymadığı olaylardan biri de eşcinseller ve hayat kadınlarıyla ilgili haberlerdir. Bu insanları toplumda dışlanmış, her türlü muameleyi hak eden, toplumdaki yaralar olarak gören medya, onlarla ilgili haber yaparken de kişisel hak ve özgürlükleri olduğunu unutmakta, her türlü ifadeyi onlar için rahatça sarf edebilmekte, her hangi bir olayda adları geçsin geçmesin ekranda isimlerini ve yüzlerini vermekten çekinmemektedir.

İstanbul Üniversitesi'ne bağlı 17 fakültede 423 öğrencinin katılımıyla yapılan 'Gençlik ve Kitle İletişim Araçlarında Etik' başlıklı anketten elde edilen sonuçlara göre gençler, kitle iletişim araçlarında çözüm bekleyen temel sorunların başında etik kurallara uymama ve çıkar ilişkileri içinde olunmasını göstermiştir. Medya etiği nedir sorusuna ise tarafsız doğru haber, dürüstlük, genel ahlak, özel hayata saygı gibi maddeleri sayarken, etiğe aykırı durumları önem sırasına göre siyasi yönlendirme, insan haklarına saldırı, asparagas-yalan haber, şiddet-trafik kazaları-intihar sahnelerinin gösterimi, uluslararası alanda Türkiye'yi rencide edici haberler, özel hayata girilmesi, duygusal sömürü, olayın gerçekmiş gibi canlandırılması, taraflı haberler, bir davanın

⁴³⁴ Ergin, a.g.e., s. 142.

⁴³⁵ İrvan, **Medya Etiki ve Meşruluk Sınırları**, s. 61-66.

yargı sürecinde taraf olunması, sansasyonel-abartılı haberler, magazin haberleri, cevap ve düzeltme hakkının verilmemesi, gizli kameri çekimleri, fotoğraf ve görüntünün güncel olup olmadığının belirtilmemesi olarak sıralamışlardır⁴³⁶.

Sonuç olarak, medyanın ona atfedilen işlev olan kamu hizmeti görevini yerine getirmesi gerekirken, elindeki imkan ve ayrıcalıklarını kullanarak, belirli egemen çevrelerin ve çıkar gruplarının yanında yer alması, kamu çıkarını arka plana atması, bu uğurda kimi zaman bilerek gerçeği bozmaktan, saptırmaktan çekinmemesi nedeniyle etik sorunlar sürekli gündemde olmaya devam etmektedir. Etik kurallar ve kurumlar zaman zaman çok kolay göz ardı edilebilse de yapılması gereken yine onlara güvenmek, bu kural ve kurumları işlevsel kılmaktır. Ancak o zaman bilgi ve haberler tahrif edilmeden, bir takım gruplara hizmet etmeden, olması gerektiği şekilde topluma ulaştırılabilecek ve sözü edilen kamusal görev yerine getirilmiş olacaktır.

3.3. 3984 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun ve Radyo Televizyon Üst Kurulu (RTÜK)

Türkiye'de 1990'lı yıllarda yaşanan özel televizyon kanallarının ard arda yayına girmesiyle hukuksal açıdan bir karmaşa ve başıboşluk yaşanmaya başlanmıştır. Özel televizyon kanalları, önceleri "Basın Yasası" çerçevesinde yayınlarını yaparken, sonraları hukuksal açıdan daha televizyona özgü düzenlemelere ihtiyaç duyulmuştur. Türkiye'de bugün radyo ve televizyon yayınları 3984 sayılı yasaya göre yapılmakta olup, söz konusu yasa, radyo ve televizyonların yayın faaliyetlerini düzenlemek amacıyla, özerk ve tarafsız kamu tüzel kişiliğinde bir kurum olan Radyo Televizyon Üst Kurulu'nu getirmiştir⁴³⁷.

3984 sayılı kanunun amacı, radyo ve televizyon yayınlarının düzenlenmesine ve Radyo ve Televizyon Üst Kurulunun kuruluş, görev, yetki ve sorumluluklarına ilişkin esas ve usulleri belirlemektir. Bu Kanun, her türlü teknik, usul ve araçlarla ve her ne isim altında olursa olsun elektromanyetik dalga ve diğer yollarla yurt içine ve dışına yapılan radyo ve televizyon yayınları ile ilgili hususları kapsamaktadır⁴³⁸.

RTÜK yayın ilkeleri beş grupta toplanabilir. Birinci grupta ülkenin siyasal ve toplumsal düzenine ilişkin hükümler içeren maddeler bulunmaktadır. İkinci grupta

⁴³⁶ Er, a.g.e., s. 308-310.

⁴³⁷ Cankaya, a.g.e., 1996, s. 72.

⁴³⁸ <http://www.rtuk.org.tr/Akanun.htm>. 11.03.2004.

ulusal kültüre ve manevi değerlere ait maddeler yer almaktadır. Üçüncü grup kişilik haklarının korunmasını içeren maddelerdir. Dördüncü grup da ise demokratik hayata ilişkin bir madde bulunmaktadır. Yayıncılıkla ilgili maddeler beşinci grubu oluşturmaktadır.

Ancak bu yasa ve RTÜK ile birlikte çok tartışmalı bir süreç de başlamıştır. RTÜK, oluşum, görev yetki ve sorumlulukları açısından yoğun eleştirilerle karşılaşmış ve uygulama sürecinde bu eleştiriler daha geniş boyutlara ulaşmıştır. Özellikle, “siyasal iktidar, basın ve çevresel güç odakları arasındaki ilişkiyle paralel olarak yayın dünyasının denetimi, siyasal yargı ve yönelimlerle biçimlenmiş bir kurumun uygulama ve yaptırımlarıyla karşı karşıyadır” düşüncesi eleştirilerin yoğunluk kazandığı ortak nokta haline gelmiştir. Yasanın geniş bir çerçevesinin olması, dolayısıyla RTÜK’ün geniş bir denetim alanına da sahip olmasını sağlamış, ekran karatma cezaları pek çok tepki ve hukuksal sürecin yaşanmasını da beraberinde getirmiştir⁴³⁹.

3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun, ondan önce 1992’de imzalanan Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi’ne uyumlu olarak hazırlanmaya çalışılmışsa da, hem aktarılan kurallarda, hem de genel ilkelerde uyum sağlanamamıştır. Çok tartışma yaratan konulardan biri de radyo ve televizyon faaliyetlerini düzenlemek amacıyla, özel ve tarafsız bir kamu tüzel kişiliği olarak kurulan Radyo Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) olmuştur. İdari, mali ve hukuki alanda bağımsız olması amaçlanan RTÜK’ün mali olarak bağımsız olma koşulları sağlanabilmişse de, Üst Kurul’un üyelerinin iktidar ve muhalefet partilerinin göstereceği adaylardan seçilmesi gibi kurul oluşumuyla ilgili sorunlar, hukuka aykırı ve özerk yapıyı zedeleyici bulunmuştur. Uyguladığı yaptırımlarla da tartışmaların odağı olan RTÜK, birçok yönetmelikle düzenlemeler de getirmiştir⁴⁴⁰.

3984 sayılı kanunda yer alan müeyyideler, başbakan tarafından uygulanan müeyyide (Madde 25), üst kurulca uygulanan müeyyideler (Madde 33, 35) ve yargı organlarınca uygulanan müeyyideler (Madde 28, 34) olarak tasnif edilebilir. Kanununun 25. maddesine göre, yargı kararları saklı kalmak kaydıyla yayınlar önceden denetlenemez ve durdurulamaz. Ancak, milli güvenliğin açıkça gerekli kıldığı hallerde,

⁴³⁹ Tayfun Akgüner, “Dizginlenemeyen İletişimin Hukuksal Karabası”, 1. İletişim Kongresi Bildiriler Kitapçığı (İstanbul: 1-3 Mart 2000), s. 120-121.

⁴⁴⁰ Kejanlıoğlu, a.g.e., s. 12.

kamu düzeninin gerekli kıldığı hallerde başbakan yayını durdurabilecektir. Üst kurulca uygulanan müeyyideler ise, yükümlülüklerin yerine getirilmemesi, izin şartlarının ihlali ve yayın ilke ve esalarına aykırı yayın hallerinde uyarı ve bu fiillerin tekrarı halinde izin uygulamasını bir yıla kadar geçici olarak durdurma veya yayın izninin iptali olarak 33. maddede öngörülmüştür. Yargı organlarının uygulayacağı müeyyideler ise 28. maddeye göre düzeltme ve cevap hakkı konusunda ve 34. maddeye göre izin almadan veya izin iptaline rağmen yayın yapılması hallerinde uygulanan müeyyidelerdir⁴⁴¹.

Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkındaki Kanunu'nun 4. Maddesi radyo ve televizyonların uymakla yükümlü buldukları yayın ilkelerini belirlemektedir. Tüm yayınların kamu hizmeti anlayışı içinde yapılacağı maddenin başında belirtilmiş olup, özel girişimin elinde ve yönetiminde bulunsalar da, kamuya ait sınırlı sayıdaki kanal ve frekans bantlarını kullandıklarından kamu hizmeti kavramıyla bağlıdırlar. Bu nedenle, özel radyo ve televizyonların eğitim ve kültür programları yayınlayarak eğitim ve kültür işlevlerini de yerine getirmeleri istenmiştir⁴⁴².

Dönmezer, 4. maddede yer alan yayın ilkelerinin eksik, kullanılan terimlerin ve kelimelerin bazılarının anlamlarının müphem ve yoruma açık olduğuna dikkat çekmektedir. Metinlerin daha kesin ifadelerle belirli olması gerektiğini ifade etmektedir. Örnek olarak 'kamu hizmeti anlayışı içinde yayın yapılması' temel şart olduğu halde, yargısız yargıların yapıldığını, henüz haklarında hiçbir yargı kararı mevcut bulunmadığı halde insanların yayınlarda itham edildiğini, suçlandığını ve yargı ile görevlilerin etki altına alınmak istendiğini göstermektedir. Görülmekte olan dava üzerinde etkileyici yayınların pervasızca yapıldığını, bu çeşit yayınları durduran mahkeme kararlarının insan haklarına aykırı hareket ediyormuş gibi eleştiri konusu haline getirildiğini, bunlara karşı yetkili mercilerin ciddi bir şeyler yapamadığını vurgulamaktadır. TV şirketlerinin yayınları kişisel mücadeleleri için kullandığına da dikkat çeken Dönmezer, Anayasa'da belirtilen kamu hizmeti anlayışı ile kanundakinin bağdaşmadığını ve ilkeler arasında laikliğe yer verilmediğini, tarikat törenlerinin yayınlara girebildiğini ifade etmektedir. Üst kurul üyelerinin seçiminin objektif esaslara göre yapılmadığını, yayınlardan dolayı hukuki ve cezai sorumluluğun ne şekilde belirleneceğinin, cezanın muattabının kimler

⁴⁴¹ Ali Baransel, "Görsel İşitsel Yayıncılığımızın Hukuki Altyapısı", 2000'li Yıllara Doğru Türkiye'de TV Der: Emir Turam. (İstanbul: Altın Kitaplar Yay. 1996), s. 79-80.

⁴⁴² Cankaya, a.g.e., 1996, s. 73.

olacağını açık olmadığını, cevap ve düzeltme hakkının karşılıklı olarak iyi dengelenmesi ve ayrıntıların belirginleştirilmesi gerektiğini önemle vurgulamaktadır⁴⁴³.

İlkiz, RTÜK yasasındaki para cezalarının astronomik rakamlara ulaşabildiğini, bu cezaların yerel medyanın geleceğini tehdit edecek boyutta olduğunu vurgulamaktadır. Zaten zor ayakta duran yerel medya için bu cezalarla kapanma yolunun açıldığını ifade eden İlkiz, bu durumun ise medyada tekelleşmeye giden yolda yeni bir adım sayılabileceğine dikkat çekmektedir⁴⁴⁴.

Türkiye’de mevcut durumda bu kanunlar dikkate alınmamakta, toplumun ortak çıkarlarından çok reklam verenin çıkarları, medya patronunu çıkarları vs. ön planda tutulmakta, çıkarlarına ters düşen durumlarda ilgili kişi ya da kurumları aşağılayıcı, küçük düşürücü yayınlara başlanmakta, cevap ve düzeltme hakkına saygı duyulmamakta, yargı kararı kesinleşinceye kadar sanık suçsuzdur ilkesi her zaman unutulmakta, kısacası bu kanunlar sürekli ihlal edilmektedir⁴⁴⁵.

3.4. Televizyon Haberleri Hakkında RTÜK’e Gelen Şikayetler

Alo RTÜK 178 Telefonla şikayet hattı 16 Ocak 1998 tarihinde hizmete girmiştir. Bilgisayarlı kayıt sistemiyle çalışan hat 24 saat devrededir. Hatta yapılan başvurular günlük olarak İzleme ve Değerlendirme Dairesi Uzmanları tarafından rapor haline getirilmekte, daha sonra şikayetler değerlendirilmektedir. Alo RTÜK 178 şikayet hattı, izleyiciler tarafından yoğun bir şekilde aranmaya başlanmıştır. Örneğin 16 Ocak 1998’den 9 Mart 2000 tarihine kadar 178 Alo RTÜK hattına toplam 45151 mesaj bırakılmıştır. Mesajlar günlük olarak değerlendirildiği gibi ayrıca yıllık olarak da değerlendirmeye tabi tutulmaktadır. Kamuoyu ve Yayın Araştırmaları Dairesi’nce yapılan yıllık değerlendirmeler şikayet sayısına, türüne göre tasnif edildikten sonra sosyolojik olarak incelenmektedir. Alo RTÜK hattına gelen şikayetler ulusal kanallara göre tasnif edildikten sonra ilgili kuruluşlara “özel” olarak gönderilmekte ve yayıncıların istifadesine sunulmaktadır. RTÜK tarafından vatandaşların şikayetleri için oluşturulan “178 Alo RTÜK” hattına yapılan başvurularda, haberlerin gerçek dışı

⁴⁴³ Sulhi Dönmezer, “Radyo ve Televizyonculuğumuzun Bugünkü Hukuki Yapısı Üzerine Görüşler”, 2000’li Yıllara Doğru Türkiye’de TV, Der: Emir Turam. (İstanbul: Altın Kitaplar Yay. 1996), s. 85-88.

⁴⁴⁴ Balıkcı, a.g.e.

⁴⁴⁵ Akgüner, a.g.e., s. 120-122.

olduğu, abartıldığı, haberlerde yorum yapılarak kişilere hakaret edildiği, haber spikerlerinin hakim ve savcı gibi davrandığı şikayetleri ulařmıřtır⁴⁴⁶.

“178 Alo RTÜK” hattına yapılan haberler ile ilgili şikayetlerden seçilen örnekler şunlardır:

2003 Yılı Ocak-Mart Dönemi’nde haberler hakkında yapılan şikayetler; KANAL D (36.93), STAR TV (16.82), ATV (16.09), SHOW TV (15.54), TGRT (9.87) (*Parantez içindeki rakamlar, söz konusu kanallara gelen toplam şikayetler içinde haberlerin yüzdesini göstermektedir.*) haberlerinde “Yayınlarda adil ve tarafsız davranmamak, aşırı derecede savaş haberlerinin ve görüntülerinin yayınlanması”⁴⁴⁷.

2003 Yılı Nisan-Haziran Dönemi’nde haberler hakkında yapılan şikayetler; STAR TV (47.8) “adil ve tarafsız davranmamak, bir partinin (Genç Parti) sürekli reklamını ve propagandasını yapmak, kişilik haklarına aykırı yayın yapmak, haberlerde reklama çok yer vermek”, KANAL D (19.2) “haberlerde reklama çok yer vermek, topluma kötü örnek teşkil edecek olaylara yer vermek”, SHOW TV (17.6) “aşırı magazin haberleri yayınlamak”, ATV (9.6) “haberlerde reklama çok yer vermek”, CNN TÜRK (5.7) “ABD yanlısı yayınlara yer vermek”⁴⁴⁸.

2003 Yılı Temmuz-Ağustos Dönemi’nde haberler hakkında yapılan şikayetler; INTERSTAR (67.47) “haberlerde adil davranmamak, devlet adamlarına ve devlet kurumlarına saygısızlık, bir partinin (Genç Parti) sürekli reklamını ve propagandasını yapmak, kişilik haklarına aykırı yayın yapmak, sunucuya yönelik şikayetler”, KANAL D (17.47) “haberlerde reklama çok yer vermek, topluma kötü örnek teşkil edecek olaylara yer vermek”, SHOW TV (9.64) “aşırı magazin haberleri yayınlamak”, ATV (5.42) “haberlerde reklama çok yer vermek”⁴⁴⁹.

Haberle ilgili şikayet konuları arasında şu konular da yer almaktadır; abartılı haber, bilime aykırılık, çocuk ve gençlere kötü örnek olma, canlandırmanın belirtilmemesi, devlet adamlarına ve kurumlarına saygısızlık, düzeltme-cevap hakkına uymama, dini inançlar dolayısıyla kınama, duygu sömürüsü, eleştiri sınırları ötesinde küçük düşürme, gizli reklam, genel ahlaka aykırılık, gizli çekim ve kayıt, magazine aşırı yer verilmesi,

⁴⁴⁶ Uyu, a.g.e., s. 219-220.

⁴⁴⁷ <http://www.rtuk.gov.tr/rtk3ay.pdf>. 15.04.2004.

⁴⁴⁸ <http://www.rtuk.gov.tr/hazirantarama4.pdf>. 15.04.2004.

⁴⁴⁹ <http://www.rtuk.gov.tr/agustostarama4.pdf>. 15.04.2004.

şiddete aşırı yer verilmesi (fiziki ve sözel), iftira, hakaret, kişi haklarına aykırılık, intihara teşvik, olayları abartma ve çarpıtma, özel hayatın gizliliğine uymama, özürlerini aşığılama-istismar, rating haberleri, siyasi parti propagandasının yapılması, suç teknikleri öğretme-özendirme, toplumda nefret duygularına yol açma, toplumu çelişkiye sürükleme, toplumun manevi-milli değerlerine aykırı davranma, toplumun şiddete sevk edilmesi, toplumun teröre sevk edilmesi, yalan bilgi verme, toplumu yanıltma, yalan haber yapılması, yargı kararı olmadan suçlama, yargının etkilenmeye çalışılması, tarafsızlık ilkesine uymama⁴⁵⁰.

3984 Sayılı RTÜK Yasası, 15.05.2002 tarihinde kabul edilen 4756 sayılı kanunla bir takım değişiklere uğramıştır. Kanunun bazı maddelerini değiştiren 4756 sayılı “Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun, Basın Kanunu, Gelir Vergisi Kanunu ile Kurumlar Vergisi Kanununda Değişiklik Yapılmasına Dair” Kanun 21.05.2002 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Söz konusu kanun, yeni düzenlemeleri, teknolojik gelişmeleri ve AB normlarını içermektedir⁴⁵¹. Yeni kanunla yapılan değişiklerden kamuoyuna en çok yansıyanı, müeyyidelerdeki kanal kapatma cezalarının yerini program kapatma cezalarına bırakması ve para cezalarının ağırlaştırılması olmuştur.

⁴⁵⁰ <http://www.rtuk.gov.tr/kitap/yeni1.xls>. 15. 04. 2004.

⁴⁵¹ <http://www.rtuk.gov.tr/rtuk.htm>. 15. 04.2004.

SONUÇ

Demokratik toplumların varlığını sürdürebilmesi için, o toplumda yaşayan bireylerin sağlıklı bir şekilde bilgilendirilmesi, kendi toplumlarında ve dünyada neler olup bittiği hakkında fikir yürütebilmesi gerekmektedir. Bireylere ihtiyaçları olan bilgiyi kitle iletişim araçları sağlamaktadır. Kitle iletişim araçları içinde ön plana çıkan televizyon, haber almada en çok tercih edilen araç olma özelliği taşımaktadır. Bu durum beraberinde televizyon haberlerine önemli toplumsal sorumluluklar ve görevler yüklemektedir. Oysa televizyon haberleri, beklentilere cevap vermekten giderek uzaklaşmakta, gün geçtikçe artan bir güven sorunu yaşamaktadır. Televizyon haberlerine duyulan güvensizliğin nedenlerini, televizyon haberlerinin etik ilkeleri göz ardı eden faaliyetlerinde aramak gerekmektedir. Etik ilkelerin görmezden gelinmesi ve ihlal edilmesi devam ettiği sürece yaşanan güven bunalımı da devam edecektir.

Televizyon haberlerinde yaşanan etik sorunlar, haber üretim sürecinin tüm aşamalarında ortaya çıkabildiği için, etik sorunların birden fazla boyutta ele alınması zorunlu olmaktadır. Söz konusu boyutlar, televizyonun yapısal özelliklerinden, haberlerin televizyon için değişen biçiminden, çalışanlardan ve izleyicilerden kaynaklanan etik boyutlar olmak üzere dört grupta toplanabilmektedir. Televizyonun görsel-işitsel özellikler taşıması, haberlerin daha çok görselliğe dayandırılması sonucunu doğurarak, en çok tartışılan etik sorunların çıkışına neden olmuştur. Haberlerin önem derecesi, taşıdıkları görsel zenginlik ile ölçülür hale gelmiş, görüntünün değeri, haberin değeri olarak belirmeye başlamıştır. Görüntüsü olmayan olaylar, haber olarak ele alınmazken, etkili görüntüye sahip ancak haber değeri taşımayan olaylara gerektiğinden fazla önem verildiği görülmüştür. Televizyon haberlerine ayrılan sınırlı ve değerli süre, bu tür görsel yönü ağır basan, izleyiciye bir şey vermeyen haberlerle harcanmaktadır. Görsel öğeler baz alınarak yazılan haber metinlerinde kullanılan dil, haberleri açıklamaktan çok sloganvari birkaç cümle ile haberleri yüzeysel bir yapıya sokmaktadır. Habere arka fon olarak kullanılan müziklerle, haberler dramatik bir yapıya büründürülerek, izleyicilerin hangi duygulara kapılacakları önceden planlanmakta, bu yolla haberlerin etkisinin artırılması amaçlanmaktadır. Haber için oluşturulan mekanlar olan stüdyolar, yine izleyiciyi

etkilemek amaçlı, habercilerin her an her yerde gözleri, kulakları olduğu, dünyanın her yerinden anında bilgi alabildikleri imajı yaratılacak şekilde düzenlenmektedir. Yapılan her şey izleyiciyi etkilemek ve daha çok kişi tarafından izlenmek amacı çerçevesinde kurgulanmaktadır.

Haber kavramı, televizyon haberciliği söz konusu olduğunda, yazılı basınla şekillenmiş, tanımlanmış çerçevesinden çıkmakta ve bambaşka bir hal almaktadır. Televizyon haberleri sahip olduğu teknolojik olanaklar çerçevesinde, olayları gösterebildiği için, ancak görülen ve görüntüsü ilginç olan olaylar televizyon için haber olabilmektedir. Okuma yazma bilmeyenler de dahil büyük bir kitleye hitap ettiği göz önünde bulundurularak, haberlerin çok karmaşık neden sonuç ilişkileri ele alınmamakta, en önemli haberler bile basit ve yüzeysel bir tarzla ele alınarak önem derecesi düşürülmektedir. Görüntünün inandırıcılığı artırması ve duygulara hitap etmesi, sansasyonel, dramatik, şiddet ve seks içeren, gelgeç olay denilen, magazin haberlerin televizyon haberleri için vazgeçilmez haberler olmasına yol açmaktadır.

Televizyon haberlerinde izlenme oranlarının başarının ölçütü olarak kabul edilmesi, öncelikli hedefi en fazla sayıda izleyiciye ulaşmak olmuştur. İzleyici aydınlatılması gereken bir kamuoyu olmaktan çıkıp, tüketici olarak görülmeye başlanmıştır. İzleyiciler de ucuz ve sansasyonel haberlere, magazin olana prim vererek, etik sorunların bir boyutu olarak yerlerini almışlardır. İzleyici tercihlerinin belirleyiciliği çerçevesinde haberlerini seçtiklerini ve yaptıklarını savunan haberciler, kamu yararı ilkesini hiçe saymışlardır.

Böylece etik sorunların diğer bir boyutu olan televizyon çalışanları, toplumsal hayatın daha iyi ve güzele doğru gelişiminde pay sahibi olmak, kamu çıkarını her şeyin üstünde tutmak yerine, ticari kazancı öncelikli hedef olarak gören televizyon sahiplerinin çıkarlarını koruyup, bu çıkarlar doğrultusunda haber yapan kişiler durumuna gelmişlerdir. Televizyon sahipleri aynı zamanda, medya dışı sektörlerden de kazanç elde eden iş adamları oldukları için, televizyonun gücünü kendi çıkarları için kullanarak, televizyon haberciliğinin amaç olmaktan çıkıp, araç olarak kullanılmasına yol açmışlardır. Bu amaçla çalışanlarından kendi çıkarlarını korumak yolunda haber yapmalarını bekler hale gelmişlerdir. Kendi siyasalarını kabul edecek ve uygulayacak haber editörleri ve müdürleri ile çalışmayı tercih etmişlerdir.

Haberin en önemli aşamalarından biri olan editoryal süreçte, işverenin ve kurum değerlerinin baskısını hisseden editörler ve haber müdürleri, haber seçiminde ve yapımında bu baskıyla, işverenin neyi kabul edip etmeyeceğini belirleyen sınırlar çerçevesinde karar verir olmuşlardır. Böylece haber üzerindeki gerçek sınırlamalar, tüm kurum çalışanlarına nüfuz eden bu değerler olmuştur. Televizyon haber çalışanlarının en göz önünde olan grubu kısaca gazeteciler olarak adlandırılan, muhabir ve kameramanlardır.

Gazeteciler de söz konusu beklentilerle sınırlandırılarak, toplumun kendilerinden beklediği doğruların gerçeklerin ortaya çıkarılması ile topluma hizmet etmek, kendilerine tanınan basın özgürlüğünü toplumun bilgi edinme hakkı çerçevesinde kullanmak yerine, işveren ve kurum çıkarlarını ön planda tutma eğilimi göstermişlerdir. Meslek ilkelerinin temeli meslek ahlakına bağlılık gerektirirken, sık sık meslek ahlakından uzak düşmüşlerdir. Meslek ilkeleri kendilerinden doğru ve tarafsız haber vermelerini, suçlu olduğu yargı kararıyla kesinleşmedikçe kimseyi suçlu ilan etmemelerini, hakaret ve iftira niteliği taşıyan haber yapmamalarını, saklı kalması kaydıyla verilen bilgileri kamu yararı gerektirmedikçe açıklamamalarını, kişilerin özel yaşamına saygılı olmalarını, dramatik olaylar sonucu zarar görmüş insanların acılarından fayda çıkarmaya kalkışmamalarını beklemektedir. Uygulamada ise tüm bu ilkelerin kolayca göz ardı edildiği görülmüştür.

Gazetecilerin kendilerini toplumun üzerinde görme eğilimine sahip oldukları, karşısındaki insanların hak ve özgürlüklerine saygı duymadıkları, polis, hakim, yargıç gibi rollere büründükleri ve kamu vicdanını rahatsız eden habercilik anlayışı içinde davrandıkları gözlenmiştir. Mesleğin sağladığı bir takım özgürlükleri ve hakları kendi kişisel çıkarları için kullanabildikleri, hediye kabul ederek karşılığında bazı kişileri haberlerinde kolladıkları, çıkar ilişkisine girdikleri, kendi görüş ve düşüncülerini topluma dayatma çabasıyla hareket ettikleri ve mesleğin onurunu, güvenini zedeleyici davranabildikleri durumlar ortaya çıkmıştır. Etik ilkelere sonuna kadar bağlı olan gazetecilerin ise giderek umutsuzluğa kapıldıkları ve mesleklerini severek yapmaktan uzaklaştıkları araştırmalar sonucu ortaya çıkmıştır.

Haberin son ayağı olan sunuluş aşamasında, haber sunucularının da meslek etiğine zarar veren tavırları söz konusu olmaktadır. Haber sunucuları, haberlerin bir eğlence

şeklinde algılanmasında önemli rol oynamışlardır. İzleyici tarafından beğenilecek ve güven duyulacak, rollerini başarıyla gerçekleştiren yıldız karakterlerin kullanımıyla yaratılan, sunucuya güven ve yakınlık, haberlerin gerçekliğini ve güvenilirliğini geri plana atmıştır. Sunucular haberi sunmaktan öte, inandırmak gibi bir görev üstlenerek, haberde gerçekliğin yerini güvenilirliğin alması sonucuna hizmet etmiş, etik açıdan tartışmalı bir durumun doğmasına yol açılmıştır. Kimi zaman da haberlere katılan konuklara karşı sunucuların konuyu dayatan, baskıcı müdahalelerde bulunan, konuklar arasında ayırım yapan, mimikleri, jestleri ve ifade biçimleriyle konukların anlattıklarına değişik anlamlar katan tavırları etik açıdan istenmeyen bir durum yaratmakta ve izleyicilerin tam olarak ne olup bittiğini anlamalarının engellendiği yolunda eleştirilmektedir.

Hangi olayların haber olarak seçileceğinden başlayarak, televizyon ekranlarından sunumuna kadar geçirilen süreçte, etik sorunların taşıdığı boyutlardan çoğunun televizyon haberciliğinin kendi faaliyetlerinden kaynaklandığı da ortaya çıkmıştır. Bu noktadan hareketle, etik sorunların giderilmesi için yapılması gerekenler de yine televizyonların kendi faaliyetlerini denetlemeleri olarak belirmiştir. Oto kontrol olarak adlandırılan, kendi kendini denetleme yoluyla, televizyon haberlerine gelebilecek olası müdahalelerin, zorlayıcı tedbirlerin ve sansürün önüne geçilmesi ve böylece televizyon haberciliğinin hem özgür bir ortama kavuşturulması, hem de sahip olduğu özgürlüğün kötü kullanılmasının engellenmesiyle, uzun vadede güvenilirliğini artırması hedeflenmiştir. Özdenetim uygulama yollarından en önemlisi meslekle ilgili etik ilkelerin tam olarak ortaya konulması ve bu ilkelere uyulmasının sağlanması olmuştur. Etik ilkelere uyulmasını sağlamanın yolunun haber çalışanlarının bu ilkeleri özümsemesi ve etik temellere dayanan davranışlar geliştirerek, davranışlarının sorumluluklarını taşımaları olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Özdenetimin gerekliliği tüm ülkelere kabul edilen bir gerçek olarak kabul edilmiş ve değişik ülkelerde farklılıklar gösterse de özdenetimsel yolların aranmasına ve geliştirilmesine çalışılmıştır.

Etik ilkelere ve özdenetim uygulamalarına rağmen, televizyon haberlerinde, nesnellikten uzak davranılması, açık ya da gizli taraf tutulması, gerçeklerin tam olarak araştırılmadan kamuoyuna sunulması, haberlerin giderek magazinelleşen bir yapıya bürünmeleri, habere konu olan kişilerin özel hayatlarına ve kişilik haklarına müdahalelerde bulunulması, eleştiri sınırlarını aşarak, hakaret ve iftiraya varan

yaklaşımların sergilenmesi devam etmiştir. Gizli kamera kullanılarak yasa dışı uygulamalarla haber elde etme, canlı yayınlarda yapılan acelecilikle eksik ya da yanlış haberler vererek ya da canlandırma tekniklerinden yararlanılarak oluşturulan haberlerle kamuoyunu yanıltma gibi etik dışı durumların hemen hemen her gün yaşandığı gözlenmiştir. Terör ve savaş haberlerinde, profesyonel bir yaklaşım sergileyemedikleri, terör haberlerinde halkı panik ve kaos ortamına sürükledikleri ya da eylemcilerin amaçlarına istemeden hizmet ettikleri, savaş haberlerinde ülke çıkarlarının korunması gerekçesi altında gerçekleri çarpıttıkları izlenmiştir. Günlük trajik olaylarda çok fazla kan, ceset ve şiddet yansıttıkları, haberlerde erotik unsurları gereksiz yere kullandıkları, dış haberlerde ulusal çıkarları korumak adına eylemci rolüne soyundukları gibi etik dışı durumların yaşanması devam etmiştir.

Sadece televizyon haberciliği için değil medyanın tamamı için geçerli olan en büyük sorun kaynağını ise ekonomik nedenler oluşturmuştur. Serbest piyasa ekonomisinin medyayı da kapsamı, özgür haber akışını sağlayacağı gerekçeleriyle kabul görürken, oluşan rekabet ortamı giderek acımasızlaşmış ve piyasada varlığını sürdürmeye çalışan televizyonlar, piyasa koşullarının dayatmaları doğrultusunda haberciliklerini sürdürmeye zorlanmışlardır. Medyada yaşanan tekelleşmeler, iletişim kurumlarının ekonomik yapılarının karmaşık bir hal almasına neden olmuş, medyayı ekonomik alanda kazançlarının devamını sağlamakta kullandıkları araç konumuna getirmiştir. Reklam verenlerin haber içeriklerine kadar yansıyan baskıları, reklam gelirlerini kaybetmemek uğruna boyun eğilen durumların yaşanmasını beraberinde getirmiştir. Daha çok izleyici kazanmak için stratejiler geliştirilmiş, izlenen bu yolda haber değeri yitirmeye başlanmıştır. Rekabet sonucu değişik kanalların çok sesli olmaları beklenen haberleri, birbirine benzer hale gelmiş, haberler izleyici çekmesi beklenen ilginç, çarpıcı, sansasyonel ve magazinellerle doldurulmuştur. Reyting uğruna yapılanlar, habercilik etiğini hiçe saymıştır.

Demokrasinin vazgeçilmez unsuru olan televizyon haberciliğinin etik ilke ve standartlara uygun hareket etmesi için anayasal ya da yasal, kurumsal düzenlemelerin sağlıklı bir yapıya kavuşturulması zorunludur. Bu düzenlemelerin yanı sıra televizyon habercilerinin kendi özdenetimine önem vermesi, etik ilke ve standartlarını oluşturması ve buna uygun hareket etmesi son derece önemlidir. Haberciler sık sık özeleştiri yapmalıdır. Sadece kendilerini eleştirmekle kalmayıp, meslektaşlarını da açıkça

eleştirebilmelidirler. Kendilerine yapılan eleştirilere de açık olmalıdırlar. Ancak bu şekilde hatalarını görüp, değerlendirebilir ve kendilerine güvenilmesini sağlayabilirler.

Televizyon habercilerinin çalıştığı koşullar düzeltilmeli, sağlam bir zemine oturtulmalıdır. Gelişmiş batılı ülkelerde gazetecilerin özlük haklarını ve çıkarlarını koruyan, çalıştığı yayın kuruluşunun zaman içinde çizgisini değiştirerek gazeteciye yakışmayan ya da onun prestijini sarsabilecek bir noktaya gelmesi halinde iş akdini tek taraflı fesih yetkisi veren ve işvereni tazminat ödemeye zorunlu kılan yasalar yürürlüktedir. Gazeteci mesleki bir tepki gerekçesiyle işten ayrıldığında tazminatının ödenmesi, gazetecinin mesleki onurunu ve bağımsızlığını koruyarak, etik dışı isteklere uymak zorunda kalmasını engellemektedir. Ancak, Türkiye'deki hukuksal düzenlemelerde böyle bir madde yer almadığından, işverenin istediği ancak etik ilkelere uymayan davranışları reddeden çalışanlar sendikal güvenceleri olmadığı zaman, meslek ilkelerini yerine getirmek istediği için, cezalandırılabilen, hatta işinden olabilmektedir.

Türkiye'de basın alanında var olan iş kanunlarında, çalışanların yaptıkları işin niteliği ve sorumluluğu, ücret ve çalışma şartları göz önünde bulundurularak fikir işçisi ve beden işçisi ayırımı tam olarak ortaya konulmamaktadır. Bu durumda ise basın sektöründe faaliyet gösteren sendikalar kurumlaşmamakta ve üyelerine beklenen hizmeti verememektedir. Ayrıca gazeteciler yayın kuruluşlarının tercihleriyle, sendikasız ve dolayısıyla toplu sözleşme düzeninin dışında tutulmaktadır. Gazetecilerin sendikal örgütlenmelere gidebilmelerinin önü açılmalı ve sendikal faaliyetlerinin alanları genişletilmelidir.

Ne var ki, haberciler de zor koşullarda çalışmayı meslek etiğine aykırı davranışlara yönelmek için bahane olarak görmemelidirler. Görev ve sorumluluklarını bilerek, yalnızca mesleki saygınlığı ile bağdaşan görevleri kabul etmeli, adalet kaygısı ve titizliğini her zaman birinci derecede önemli kurallar olarak göz önünde tutmalıdırlar. Her şeyden önemlisi doğru ve tarafsız haber yaparak, basın özgürlüğünü kendi çıkarları için kullanmamalıdır. Ahlak kurallarına bağlı olan haberciler, mesleğin saygınlığını koruyacak, hatta daha da artıracaktır. Televizyon haber çalışanları, toplumla bağlarını asla kesmemeli, onlardan uzağa düşmemeli, toplum bilincine ayak uydurmak için sürekli gelişimci bir yaklaşımla hareket etmelidirler.

Televizyon haberciliği alanında çalışan gazeteciler için yaptıklarından sorumlu tutulmalarını sağlayacak bir davranış kodu geliştirilip, davranış kodunun ciddi şekilde ihlal edilmesi durumunda bazı yaptırımlar uygulamaya konulabilir. Habercilikte hatalı davranışlar bir ya da birden çok kişiye daha büyük zararlar verebildiği, kişilerde derin yaralar açabildiği için, davranış koduna uymayanların, meslek ilkelerini ihlal edenlerin, meslek kayıtlarından çıkarılarak çalışmaktan men edilmesi yöntemi haberciler için uygulanabilir. Önemli olan etik davranış kodlarının doğru temellere oturmasıdır.

Etik kodlar nelerin iyi, doğru ve özendirici olduğunu hatırlatacak şekilde düzenlenmeli, sadece yasakların sıralandığı buyruklar olmaktan çıkarılmalıdır. Haberciler, etik ilkelerin vicdanlarına seslendiğini, toplumsal ve çok özel bir görev yaptığını her zaman hatırlamalıdır. Dürüst ve kamu çıkarımı koruyan televizyon haber çalışanları, mesleğin güvenilirliği ve saygınlığı arttıkça, toplumda saygın bir mesleğin üyesi olmakla övünç duyacaklardır.

Meslek kuruluşlarının meslek ilkelerini kendileri geliştirmeleri, tepeden inme, zorlayıcı ilkelerden korunmalarını sağlayacaktır. Basın Konseyleri'nin yine etik ilkelerden yola çıkarak oluşturdukları, etik sorunları izleyen ve maddi olmayan uyarı, kınama şeklinde manevi yaptırımları olan kararlar vermeleri de bir diğer izlenecek yol olabilir. Ombudsman ya da hakem denilen, belirli bir yayın kuruluşundaki haberlere ilişkin halkın şikayetlerini bir tür karara bağlayan, hem o kuruluştan maaş alan ama aynı zamanda bağımsız çalışan ve bir çeşit iç muhasebe yapılmasını sağlayan kişilerin varlığı da büyük yararlar sağlayacaktır. Zaten bünyesinde bir ombudsman bulunduran bir yayın kuruluşu, belli bir takım ilkelere uymaya söz vermiş anlamına gelmektedir.

Türkiye'de uzun vadeli bir çözüm olarak mevcut Basın-Yayın Kanunu'nuyla, RTÜK Yasası'nın görülebilen eksikliklerinin giderilerek birleştirilip, kapsamı genişletilerek 'Kitle İletişim Yasası'na dönüştürülmesi sağlanabilir. Kısa vadede ise, medyanın sermaye yapısındaki tekelleşme olgusunun önüne geçebilecek , haksız rekabet ve promosyonu önleyebilecek yasal düzenlemelerin yapılması zorunlu görülmektedir. Medyada şeffaflaşmanın şart olduğu, medya kuruluşlarının mali yapılarının ve ticari ilişkilerinin sır olmaktan çıkarılması etkili bir çözüm olarak görülebilir.

Özgür ve demokratik bir ülkede, her türlü baskıdan uzak ve bağımsız biçimde görevlerini yapma şansları bulunan gazetecilerin, toplumsal sorumluluklarının

bilinciyle davranacakları, meslek ahlakına uygun bir biçimde gerekli titizliği gösterecekleri bir gerçektir. Çünkü demokrasi geleneği yerleşmiş bir toplumda izleyici de bilinçli ve iyi eğitim almış bir toplum olacaktır ve etkin bir denetim mekanizması olarak medyanın karşısında yerlerini alacaklardır. Diğer bir deyişle, demokrasi bilinci gelişmiş duyarlı bir toplum, medyanın etik ilkelere uyması konusunda doğrudan bir etkiye sahip olacaktır. Bu yüzden izleyicilerin de kendi üzerlerine düşen görevi yapması, bilinçli, tepkili ve duyarlı olması gerekmektedir. Sorumluluğunu bilen ve özgür basın, görevini en iyi şekilde yerine getiren basındır. Özgür basın ise bir ülkenin kalkınmışlığının ve sağlam demokratik düzene sahip olduğunun en önemli göstergesidir.

Meslek ilkelerini çok ayrıntılı olarak düzenlemenin tek başına yeterli olmadığı görülmektedir. Televizyon haber kuruluşlarının üst kadrolarında yer alan genel yayın yönetmenlerinin, haber müdürlerinin, editörlerin de bu ilkeleri benimsemesi ve içselleştirmesi zorunludur. Sadece muhabirlerin ya da üst seviyedeki yöneticilerin meslek etiğine bağlılıkları yeterli değildir. Patronların da sadece kar amacı gütmeyip, meslek etiğine uygun davranışlar sergilemesi ve elemanlarını buna teşvik etmesi gerekmektedir. Televizyona sahip sermaye bağımsız olmalıdır. Teknolojiye de insana da gerekli yatırımlar yapılmalıdır. Sunulan hizmetin, haberin kalitesinin sürekli olması sağlanmalıdır. Ancak bu koşullarda medyanın yaygın ve etkin gücünü ortaya koymak ve doğru kullanmak mümkün hale gelecektir. Televizyon haberciliğinin içeriden ya da dışarıdan iyi niyetli ve sistemli bir biçimde gözlem altına alınması, yapılanların ve yapılmayanların açıklıkla söylenmesi, medyanın kendi içinde ciddi bir eleştirel mekanizma kurması, toplumun daha iyi koşullarda yaşamasına ve gelişmesine hizmet etme anlamında önemli bir adım sayılacaktır.

KAYNAKÇA

- ABD Profesyonel Gazeteciler Derneği Etik İlkeleri, **Medya Etiki ve Hukuk - Habercinin El Kitabı 2**. Derleyen: Sevda Alankuş. İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2003.
- Akarsu, Bedia. **Ahlak Öğretileri**. Üçüncü Basım. İstanbul: Remzi Kitabevi, 1982.
- Akdemir, Semra. "Gazetecilik Meslek Ahlakına Yönelik Olarak Uluslararası Alanda Ortaya Çıkan Yeni Gelişmeler Ve Türkiye'deki Durum". **Kurgu Dergisi**. Sayı:12, Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Yayınları. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Basımevi, 2000.
- Akgüner, Tayfun. "Dizginlenemeyen İletişimin Hukuksal Karabasanı", **1.İletişim Kongresi Bildiriler Kitapçığı**. İstanbul: 1-3 Mart 2000.
- **Radyo-TV Yayın Sorunları Hakkında Türk-İtalyan Sempozyumu**. İstanbul: İ.Ü.İ.F. Yayınları, 1995.
- Akın, Kenan. "Medya ve Serinkanlılık". **1. İletişim Kongresi Bildiriler Kitapçığı**. İstanbul: 1-3 Mart 2000.
- Aktan, Coşkun Can. **Ahlaki Yeniden Yapılanma ve Toplam Ahlaka Doğru: Toplam Ahlak Yönetimi**. İstanbul: Arı Düşünce ve Toplumsal Gelişim Derneği Yayınları, 1999.
- Alemdar Korkmaz ve Raşit Kaya. **Radyo-Televizyonda Yeni Düzen: Dünya Deneyi ve Türkiye'deki Arayışlar**. Ankara: TOBB Yayınları, 1993.
- Alemdar, Korkmaz. "Terör ve Medyanın Sorumluluğu", **Radyo Televizyon Aylık Haber Yayın Dergisi**. Sayı No: 149, Ekim 2001.
- Alemdar, Zeynep. Zeynep Alemdar, **Oyunun Kuralı, Basında Özdenetim**. Ankara: Bilgi Yayınevi, 1990.
- Alkan, Ahmet Turan. **Aktüel Dergisi**. 11 Eylül 1997.
- Arman, Deniz. "Şimdi Sizi Görüntülerle Baş Başa Bırakıyoruz". **2000'li Yıllara Doğru Türkiye'de TV**. Der: Emir Turam. İstanbul: Altın Kitaplar Yay., 1996.
- Arslan, Ahmet. **Felsefeye Giriş**. Ankara: Vadi Yayınları, 1994.
- Aslan, Kemal. **Haberin Yol Haritası**. İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi, 2002.
- Aziz, Aysel. **Türkiye'de Televizyon Yayıncılığının 30 Yılı**. Türkiye Radyo Televizyon Kurumu Yayınları. Ankara, 1999.

Baransel, Ali "Görsel İşitsel Yayıncılığımızın Hukuki Altyapısı". **2000'li Yıllara Doğru Türkiye'de TV**. Der: Emir Turam. İstanbul: Altın Kitaplar Yay., 1996.

Basın Konseyi Basın Meslek İlkeleri, **Medya Etik ve Hukuk -Habercinin El Kitabı 2**. Derleyen: Sevda Alankuş. İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2003.

Baudrillard, Jean. **Sessiz Yığınların Gölgesinde ya da Toplumsalın Sonu**. Çeviren: Oğuz Adanır. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1991.

Bayhan, Faruk. "Türk TV Yayıncılığı Üzerine Görüşler" **2000'li Yıllara Doğru Türkiye'de TV**. Der: Emir Turam, Altın Kitaplar Yay. İstanbul 1996.

Belsey, Andrew ve Ruth Chadwick. "Medyada Etik ve Siyaset: Kalite Arayışı". **Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar**. Çeviren: Nurçay Türkoğlu. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1994.

Berber, M. Sezai. "Terör ve Medyanın Sorumluluğu". **Radio Televizyon Aylık Haber Yayın Dergisi**. Sayı No: 149, Ekim 2001.

Birand, Mehmet Ali. "Televizyonların İyi ve Kötü Yanları". **2000'li Yıllara Doğru Türkiye'de TV**. Der: Emir Turam. İstanbul: Altın Kitaplar Yay., 1996.

Boratav, Ferhat. "Habercilikte Çağdaş Yaklaşımlar". **Yeni Türkiye Dergisi Medya Özel Sayısı**. Sayı No: 11, Eylül-Ekim 1996.

Bourdieu, Pierre. **Televizyon Üzerine**. Çeviren: Turhan Ilgaz. İstanbul:Yapı Kredi Yayınları, 1997.

Burton, Graeme. **Görünenden Fazlası: Medya Analizlerine Giriş**. Çeviren: Nefin Dinç. İstanbul: Alan Yayıncılık, 1995.

Cankaya, Özden. "Türkiye'de Radyo ve Televizyon Yayıncılığının Yasal Gelişimi". **2000'li Yıllara Doğru Türkiye'de TV**. Der: Emir Turam. İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi, 1996.

----- **Dünden Bugüne Radyo Televizyon: Türkiye'de Radyo-Televizyonun Gelişim Süreci**. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., 1997.

Cem, İsmail. **TRT'de 500 Gün**. İstanbul: Gelişim Yayınları, 1976.

----- "Daha Kültürlü, Bilgili, Haberli Olabilmek", **Yeni Türkiye Dergisi Medya Özel Sayısı**, Sayı: 11, Eylül-Ekim 1996.

Cereci, Sedat. "Medyanın Kralı Haber" **Kamera Dergisi**. Haber Kameramanları Derneği Yayın Organı. Sayı: 10, 2000.

- . “İzleyici Davranışları” **Kamera Dergisi**. Haber Kameramanları Derneği Yayın Organı. Sayı: 11, 2001.
- Cremer, Carles F, Phillip O. Keirstead, Richard D. Yoakam. **ENG Television News**. 3rd Edition. New York: McGraw-Hill,1996.
- Curan, James. “Medya ve Demokrasi: Yeniden Değer Biçme”, **Medya, Kültür, Siyaset**. Derleyen: Süleyman İrvan. Genişletilmiş İkinci Baskı. Ankara: Alp Yayınevi, 2002.
- Çaldağ, Seniye. “Etik ve Çoğulculuk”, **Yeni Türkiye Dergisi**. Medya Özel Sayısı. Sayı: 11, Eylül-Ekim, 1996.
- Çaplı, Bülent ve Can Dünder. “80’den 2000’lere Televizyon”. **Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi-Yüzyıl Biterken**. Cilt 15, 1995.
- Çaplı, Bülent. **Medya ve Etik**. Ankara: İmge Kitabevi, 2002.
- Çolakoğlu, Nuri. “Terör ve Medyanın Sorumluluğu”. **Radyo Televizyon Aylık Haber Yayın Dergisi**. Sayı No: 149, Ekim 2001.
- . “TV’nin Gelmişi, Geçmişi, Geleceği”. **2000’li Yıllara Doğru Türkiye’de TV**. Der: Emir Turam. İstanbul: Altın Kitaplar Yay., 1996.
- Dağdeviren, Emre. “Özel Televizyonculuğumuzun Gelişiminin Teknik Süreci”. **2000’li Yıllara Doğru Türkiye’de TV**. Der: Emir Turam. İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi, 1996.
- Demirkent, Nezih. **1. İletişim Kongresi Bildiriler Kitapçığı** . İstanbul: 1-3 Mart 2000.
- Dönmezer, Sulhi. “Radyo ve Televizyonculuğumuzun Bugünkü Hukuki Yapısı Üzerine Görüşler”. **2000’li Yıllara Doğru Türkiye’de TV**. Der: Emir Turam. İstanbul: Altın Kitaplar Yay., 1996.
- Duna, Cem. “Küresel Yayıncılıkta Gelişmeler, Türkiye’de TV Yayıncılığı ve TRT”. **2000’li Yıllara Doğru Türkiye’de TV**. Der: Emir Turam. İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi, 1996.
- Duran, Ragıp. **Burası Dünya Polis Radyosu**. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 1999.
- Durham, Peters John Kenneth Cmiel. “Medya Etiği ve Kamusal Alan”. **Medya, Kültür, Siyaset**. Der: Süleyman İrvan. Ankara: Ark Yayınları, 1997.
- Durmaz, Berrin. Televizyon Haber Programlarında Gerçekliğin Sunumu. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi SBE, 1996.

- Dündar, Uğur. “Etik”. **1. İletişim Kongresi Bildiriler Kitapçığı**. İstanbul: 1-3 Mart, 2000.
- Edgar, Andrew. “Nesnellik, Yanlılık ve Hakikat”, **Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar**. Derleyen: Andrew Belsey ve Ruth Chadwick. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1998.
- Ekşi, Oktay. “Seminer Konuşması”. **1. İletişim Kongresi Bildiriler Kitapçığı**. İstanbul: 1-3 Mart 2000.
- Ellis, John. **Visible Fictions: Cinema, Television, Video**. London and New York: Routledge, 1982.
- Er, Seher, Rengin Küçükdoğan ve Nilüfer Sarı. “Gençlik ve Kitle İletişim Araçlarında Etik”. **1. İletişim Kongresi Bildiriler Kitapçığı**. İstanbul: 1-3 Mart 2000.
- Erdil, Cengiz. “Haber Programcılığı”. **Kamera Dergisi**. Haber Kameramanları Derneği Yayın Organı. Sayı: 11, 2001.
- Erdoğan, Nezh. “Gerçek ve Kodları, Televizyon'da Gizli Kamera Kullanımı”. **Yeni Türkiye Dergisi** Medya Özel Sayısı. Sayı No: 11, Eylül-Ekim, 1996.
- Ergin, Sedat. “Basın Ahlakı Konusunda Amerika'dan Örnekler ve Türk Basınında Durum”. **Yeni Türkiye Dergisi** Medya Özel Sayısı. Sayı:11, Eylül-Ekim, 1996.
- Ergül, Hakan. **Televizyonda Haberin Magazinellesmesi**. İstanbul: İletişim Yayınları, 2000.
- Esslin, Martin. **TV Beyaz Camın Arkası**. Çeviren: Murat Çiftkaya. İstanbul: Pınar Yayınları, 1991.
- Gilbert, Paul. “Yayıncılığın Oksijeni: Terörizm ve Habercilikte Sınırlandırmalar”, **Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar**. Derleyen: Andrew Belsey ve Ruth Chadwick. Çeviren: Nurçay Türkoğlu. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1998.
- Girgin Atilla. **Yazılı Basında Haber ve Habercilik Etiği**. İstanbul: İnkılap Yayınları, 2000.
- Groombridge, Brain. **Televizyon ve İnsanlar**. Çeviren: İbrahim Şener. İstanbul: Der Yayınları, 1972.
- Gürel, Nail. “İletişimde Aktöre”. **1. İletişim Kongresi Bildiriler Kitapçığı**. İstanbul: 1-3 Mart, 2000.
- Gürses, Nedim. “TV Haberciliğinde Kamera Ve Kameraman”. **Maltepe Üniversitesi Meslek Yüksek Okulu Dergisi**. Sayı:1, İstanbul: Maltepe Üniversitesi Yayınları, 2003.

- Haksever, Oğuz. "Türkiye'de Televizyon Haberciliği". **Kamera Dergisi**. Haber Kameramanları Derneği Yayın Organı, Sayı: 7, 2000.
- Hançerlioğlu, Orhan. **Felsefe Sözlüğü**. Genişletilmiş ve Geliştirilmiş 11. Basım. İstanbul: Remzi Kitabevi, 1999.
- Harris, Nigel G.E. "Gazeteciler İçin Davranış Kodları". **Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar**. Der: Andrew Belsey ve Ruth Chadwick. Çev: Nurçay Türkoğlu. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1998.
- İlkiz, Fikret. "Gazetecinin Haber Kaynağını Açıklamama Hakkı", **Medya Etik ve Hukuk**, Derleyen: Sevda Alankuş. İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları:5, 2003.
- İnal, Ayşe. **Haberi Okumak**. İstanbul: Temuçin Yayınları, 1996.
- İrvan, Süleyman. "Medya Etiki ve Meşruluk Sınırları", **Birikim Dergisi**. İstanbul, 1998.
- , "Terör ve Medyanın Sorumluluğu". **Radio Televizyon Aylık Haber Yayın Dergisi**. Sayı No: 149, Ekim, 2001.
- , "Medya ve Etik", **Medya Etiki ve Hukuk -Habercinin El Kitabı 2**. Derleyen: Sevda Alankuş. İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2003.
- İzveren, Adil. **Toplumsal Törebilim (Sosyal Ahlak)**. Ankara: İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Yayını No: 130, 1980.
- Kafalı, Nadi. **TV Yapımlarında Teknik ve Kuramsal Temeller**. Ankara: Ümit Yayıncılık, 1993.
- Kapan, İsmail. "Medya ve Ahlak" **Yeni Türkiye Dergisi** Medya Özel Sayısı. Sayı No: 11, Eylül-Ekim, 1996.
- Kaptan, Ali. **1927'den Günümüze Anılarla Radyo-Televizyon**. İstanbul: Maltepe Üniversitesi Yayınları, 2002.
- Karaismailoğlu, Ekrem. "Basın ve Etik" **Yeni Türkiye Dergisi** Medya Özel Sayısı. Sayı: 11, Eylül-Ekim, 1996.
- Kars, Neşe. "Televizyonda Sermaye ve Haber". **Yeni Türkiye Dergisi** Medya Özel Sayısı. Sayı No: 11, Eylül-Ekim, 1996.
- Kayış, Nuri. "Terör ve Medyanın Sorumluluğu". **Radio Televizyon Aylık Haber Yayın Dergisi**. Sayı No: 149, Ekim, 2001.
- Kensinger, Karl A. "ABD'de Televizyonun Evrimi ve Özel Televizyonları Yakın

- Gelecekteki Olası Gelişmeleri”. **ABD ve Türkiye’de Televizyon Yayıncılığının Sorunları**. Aydın Doğan Vakfı İle Amerikan Basın ve Kültür Merkezi Ortak Sempozyumu, İstanbul: 3-4 Haziran, 1997.
- Keskin Vural, İzlem. “Televizyon Haberciliğinde Bir Mesleki Kişilik Olarak “Anchor” Kaynak Kişi Özellikleri Boyutunda Değerlendirilmesi ve Türkiye’deki Uygulama Biçimine Yönelik Durum Saptaması”, Yayınlanmamış Doktora Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, SBE, 2003.
- Kır, Yavuz. “Medya Terörü Kamuoyu Oluşturma veya Oluşturamama”. **Yeni Türkiye Dergisi** Medya Özel Sayısı. Sayı:11, Eylül-Ekim, 1996.
- Kocabaşoğlu, Uygur. “Radyo” **Türkiye Cumhuriyeti Ansiklopedisi**. Cilt 10, İstanbul: İletişim Yayınları, 1985.
- Kongar, Emre. “Serbest Zaman İçinde Basının Alabileceği Pay, Kitle İletişim Tekniklerindeki Gelişme ve Yazılı Basının Geleceği”, **Seminer Konuşması**. İstanbul: 1982.
- Korkmaz, Tamer. “Basın Etiğinin Eti ve Kemiği”. **Yeni Türkiye Dergisi** Medya Özel Sayısı. Sayı:11, Eylül-Ekim, 1996.
- Kutlu, Nazım. “Görüntünün Büyüsü”. **Kamera Dergisi**. Haber Kameramanları Derneği Yayın Organı, Sayı: 3, 1998.
- Matelski, Marilyn J. **TV Haberciliğinde Etik**. Çeviren: Bahar Öcal Düzgören. İkinci Basım. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2000.
- Mehmet, Mete. **Televizyon Yayınlarının Türk Toplumunu Üzerindeki Etkisi**. Ankara: Atatürk Kültür Merkezi Başkanlığı Yayınları, 1999.
- Milliyet Gazetesi**. 21 Kasım 2003.
- Morley, David ve Kevin Robins. **Kimlik Mekanları: Küresel Medya, Elektronik Ortamlar ve Kültürel Sınırlar**. Çeviren: Emrehan Zeybekoğlu. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1997.
- Mutlu, Erol. **Televizyon ve Toplum**. Ankara: TRT Yayını, 1999.
- Oktay, Ertan. “1996 Yılı Medya İçim Reform Yılı Olmalıdır”, **Yeni Türkiye Dergisi** Medya Özel Sayısı, Sayı: 11, Eylül-Ekim 1996.
- Onar, Sıddık Sami. **İdare Hukukunun Umumi Esasları**, Cilt 2. İstanbul: 1996.
- O’Neil, John. “Piyasada Gazetecilik Yapmak”. **Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar**. Der: Andrew Belsey ve Ruth Chadwick. Çev: Nurçay Türkoğlu. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1998.

Orhon, E. Nezi. **Değişim Değeri Açısından Televizyon Haberi-Teknolojik Ve İdeolojik Boyutuyla Metalaşan Televizyon Haberleri**. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2004.

Öngören, Mahmut Tali. “Yeni Düzen mi, Düzensizlik mi?”. **2000'li Yıllara Doğru Türkiye'de TV**. Der: Emir Turam. İstanbul: Altın Kitaplar Yay., 1996.

-----, **Türkiye'de Televizyonla İlgili Çeşitli Tarihler**. Ankara: İletişim Yayınları, 1982.

Özerkan, Şengül A. **Medya Dil ve İletişim**. İstanbul: Martı Yayınları, 2001.

Özkan, Tuncay. “Medya Nereye?”, **Yeni Türkiye Dergisi** Medya Özel Sayısı, Sayı: 11, Eylül-Ekim 1996.

Özön, Nijat. **Sinema: Uygulayımı-Sanatı-Tarihi**. İstanbul: Hil Yayınları, 1985.

Öztürk, Serap. “Televizyon Haberciliği ve Türkiye'deki Uygulamalar“. **Yeni Türkiye Dergisi** Medya Özel Sayısı. Sayı No:12, Kasım-Aralık, 1996.

Parsa, Seyide. **Televizyon Haberciliği ve Kuramları**. İzmir: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, No:3, 1994.

Pekman, Cem. **Televizyonda Özelleşme Avrupa'da Yayıncılığın Değişim Süreci**. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., 1997.

Peters, John Durham ve Kenneth Cmiel, “Medya Etiği ve Kamusal Alan” **Medya, Kültür, Siyaset**. Derleyen: Süleyman İrvan. Ankara: Ark Yayınları, 1997.

Pieper, Annemarie. **Etiğe Giriş**. Çevirenler: Veysel Atayman ve Gönül Sezer. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1999.

Postman Neil ve Steve Powers. **Televizyon Haberlerini İzlemek**. İstanbul: Kavram Yayınları, 1992.

Postman, Neil. **Televizyon Öldüren Eğlence**. Çeviren: Osman Akınhay, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1994.

Radikal Gazetesi. 30 Kasım 2003.

Ramonet, Ignacio. **Medyanın Zorbalığı**. Çeviren: Aykut Derman. İstanbul: Om Yayınevi, 2000.

Rigel, Nurdoğan. **İleti Tasarımında Haber**. İstanbul: Der Yayıncılık, 2000.

Sarmaşık, Jale. **Türkiye'de Radyo ve Televizyon Düzeni (1927-2000)**, İstanbul: Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, 2000.

- Saygı, Murat. **1. İletişim Kongresi Bildiriler Kitapçığı**. İstanbul: 1-3 Mart, 2000.
- Saygun, Ece. “Türkiye’de Televizyon Haberciliği ve Etik Boyutları”. **1. İletişim Kongresi Bildiriler Kitapçığı**. İstanbul: 1-3 Mart, 2000.
- Saygun, Ece ve Belma Akşit. “Türkiye’de Televizyon Haberciliği ve Etik Boyutları”. **1. İletişim Kongresi Bildiriler Kitapçığı**. İstanbul: 1-3 Mart, 2000.
- Seligman, François. “Televizyonda Enformasyonun Yeri”, **Medya Dünyası**. Çeviren: Oya Tatlıpınar. Derleyen: Jean-Marie Charon. İstanbul: İletişim Yayınları, 1992.
- Sıddık Sami Onar. **İdare Hukukunun Umumi Esasları**. Cilt 2, İstanbul: 1996.
- Smith, Desmond. “Kendi Kendini Yaratan Televizyon Haberciliği Kavramı” **Kamera Dergisi**. Haber Kameramanları Derneği Yayın Organı, Sayı:10, 2000.
- “Kendi Kendini Yaratan Televizyon Haberciliği Kavramı” **Kamera Dergisi**. Haber Kameramanları Derneği Yayın Organı, Sayı:11, 2001.
- Som, Deniz. “Eğer Kayalıklara Bayrak Dikilecekse”. **Cumhuriyet Gazetesi**. 31 Ocak 1996.
- Soner, Şükran. “Milyarlık Transferler... Öyle Bir Çark Oluşturdu ki Bu Ülkede”. **1. İletişim Kongresi Bildiriler Kitapçığı**. İstanbul: 1-3 Mart, 2000.
- Sönmez, Mustafa. “Medya: Amaç Kar mı, Silah mı?”. **Ekonomik Forum TOBB Aylık Dergisi**. Kasım,1995.
- Şahin, Haluk. **Radikal Gazetesi**. 21 Kasım 2003.
- “İki Tehlike”. **Radikal Gazetesi**. 10 Nisan 2000.
- **Radikal Gazetesi**. 29 Kasım 2003.
- Şeker, Mustafa. **Televizyon Haberciliği**. Konya: Sel-Ün Vakfı Yayınları, 1999.
- Talu, Umut. “Kriz Ülkeleri”. **Milliyet Gazetesi**. 30 Ocak 1996.
- Tavlaş, Nezih. “Ahlak ve Onurunu Yitiren Türk Basını”. **Yeni Türkiye Dergisi** Medya Özel Sayısı. Sayı No: 11, Eylül- Ekim, 1996.
- Televizyon Yayıncıları Derneği Bildirisi. **Radio Televizyon Aylık Haber Yayın Dergisi**. Sayı No: 149, Ekim, 2001.
- Tokgöz, Oya. “Medya ile Siyaset: Bir Örnek Ülke Olarak Türkiye”. **2000’li Yıllara Doğru Türkiye’de TV**. Der: Emir Turam.

- İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi, 1996.
- Temel Gazetecilik**, 3. Baskı. Ankara: İmge Kitabevi, 1994.
- Topuz Hıfzı ve Diğerleri. **Yarının Radyo ve Televizyon Düzeni: Özgür, Özerk ve Çoğulcu Bir Alternatif**. İstanbul: TÜSES ve İLAD Yayınları, 1990.
- Toskay, Tunca. "Türkiye'de Elektronik Medyanın Gelişimi, Bazı Tespitler ve Düşünceler". **2000'li Yıllara Doğru Türkiye'de TV**. Der: Emir Turam. İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi, 1996.
- TRT Radyo Televizyon Yayınları İzlenme Durumu Kamuoyu Araştırması**. Ankara, 1998.
- Tuncel, Mustafa. "Televizyon Haberciliği". **Yerel Televizyonculukta Meslek İçi Eğitim**. Yerel Basın Eğitim Seminerleri Dizisi :12, 15-16 Haziran. Kütahya : Erdini Basım ve Yayınevi, 1999.
- Tunçay, Mete. "Siyasal Gelişmenin Evreleri". **Türkiye Cumhuriyeti Ansiklopedisi**. İstanbul: İletişim Yayınları, 1985.
- Turam, Emir. **Medyanın Siyasi Hayata Etkileri**. İstanbul: İrfan Yayınevi, 1994.
- Türkoğlu, Nurçay. "İletişim Etiği". **1. İletişim Kongresi Bildiriler Kitapçığı**. İstanbul: 1-3 Mart 2000.
- Uğur, Aydın. **Keşfedilmemiş Kıta**. İstanbul: İletişim Yayınları, 1991.
- Ulagay, Osman. "Gazetelerimiz ve Toplam Kalite Yönetimi", **Yeni Türkiye Dergisi** Medya Özel Sayısı, Sayı: 11, Eylül-Ekim 1996.
- Uyanık, Erol. "TRT ve Özel TV İmaj Yapıları". **Kamera Dergisi**. Haber Kameramanları Derneği Yayın Organı, Sayı: 7, 2000.
- Uyguç, Ünal ve Ali Genç. **Radyo Televizyon Haberciliği**. İkinci Basım. İstanbul: Avcıol Basım-Yayın, 1998.
- Üner, Dinç. "İletişim Ekonomisi". **1. İletişim Kongresi Bildiriler Kitapçığı**. İstanbul: 1-3 Mart, 2000.
- Ünlüer, A. Oğuz. "Türkiye'de Televizyon Yayıncılığı Tarihine Analitik Bir Yaklaşım" **Kurgu Dergisi**. Sayı:17, Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Yayınları No: 38, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Basımevi, 2000.
- Williams, Kevin. "Gerçeklerden Daha Önemli Bir Şeyler: Savaş Haberciliğinde Etik Sorunlar". **Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar**. Der: Andrew Belsey ve Ruth Chadwick. Çev: Nurçay Türkoğlu. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1998.

Williams, Raymond. **Television: Tecnology and Cultural Form**.
London: Routledge, 1990.

Yetkin, Murat. “Terör ve Medyanın Sorumluluğu”, **Radyo Televizyon Aylık Haber Yayın Dergisi**. Sayı No: 149, Ekim, 2001.

Yorke, Ivor. **Television News**. Fourth Edition. London: Focal Press, 2000.

Yurdigül, Yusuf. “Türkiye’de Televizyon Haberciliğinde Sıradışı Kimliğin Sunumu; Travesti Konulu Haberler”. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi, SBE, 2002.

Zettl, Herbert. **Sight, Sound, Motion: Applied Media Aesthetics**.
California: Wadsworth Publishing Company Inc., 1973.

İNTERNET KAYNAKLARI

Aslanbay, Ümit. “TV Haberciliği ve Haber Tekniği”,
<http://www.byagm.gov.tr/seminerler/Burkan.10htm> . 12.07.2003.

Aybar, Sedat ve İrfan Taştemur, “Medyanın ve Kapiyalizmin Etiği”
<http://www.dorduncukuvvetmedya-ozgurgazetecilerplatformu>.18.01.2003.

Balıkçı, Önder. “Gazete ve Televizyon Silah Değildir”,
<http://www2.bianet.org/2002/08/10/haber12356.htm>, 17.05.2004.

Baştürk Akça, Emel “Medya Irak’taki İnsanlık Suçunun Neresinde?”,
<http://www2.bianet.org/diger/biber4815.htm>, 17. 05.2004.

Cangöz, İncilay “Show TV’de Tacize Teşvik”
<http://www2.bianet.org/diger/biber3188.htm>, 17.05.2004.

-----, “Savaş Sevinci Medya”, <http://www2.bianet.org/diger/biber4814.htm>, 17. 05.2000.

Duran, Ragıp. “Gazeteci ve İşvereni”,
<http://www2.bianet.org/diger/biber11319.htm>, 17.05.2004.

Haksever, Oğuz. “Çağdaş Televizyon Haberciliğinde Yeni Yaklaşımlar” Seminer Konuşmaları,http://www.byagm.gov.tr/seminerler/tunceli_ix/tunceli_13.htm.12. 07.2003.

<http://www.rtuk.org.tr/Akanun.htm>. 11.03.2004.

<http://www.rtuk.gov.tr/agustostarama4.pdf>. 15. 04. 2004.

<http://www.rtuk.gov.tr/kitap/yeni1.xls>. 15. 04. 2004.

<http://www.rtuk.gov.tr/rtuk.htm>. 15. 04.2004.

İrvan, Süleyman. Medya ve Etik,
<http://www.bianet.org/diger/arastirma376.htm>. 17.01.2001.

----- "Medya Etiği, Seminer Konuşmaları"
<http://www.bianet.org/diger/arastirma376.htm>. 17.01.2001.

Kejanlıoğlu, Beybin Radyo TV Yayıncılığı Siyaseti, www.bianet.org, 16.04.2004.

Önderoğlu, Erol. "İktidar Patronu Var, Gazeteciyi Yok Sayıyor",
<http://www2.bianet.org/2003/01/10/15908.htm>, 17.05. 2004.

Önderoğlu, Erol. "Patron Haberi Gazeteciyi Rahatsız Ediyor",
www.bianet.org, 16. 04.2004.

